සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය

10 ශ්‍රේණිය

අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

පළමුවන මුද්‍රණය 2014
දෙවන මුද්‍රණය 2015
තුන්වන මුද්‍රණය 2016
සිව්වන මුද්‍රණය 2018
පස්වන මුද්‍රණය 2019
හයවන මුද්‍රණය 2020

ISBN 978-955-25-0402-0

අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව විසින්
අංක. 90, වාසනාවත්ත පාර, මත්තේගොඩ දරන ස්ථානයෙහි පිහිටි
විශ්ව ග්‍රැෆික්ස් (පුද්) සමාගමෙහි
මුද්‍රණය කරවා ප්‍රකාශයට පත් කරන ලදි.

Published by : Educational Publications Department
Printed by : Vishwa Graphics (Pvt) Ltd.

ශ්‍රී ලංකා ජාතික ගීය

ශ්‍රී ලංකා මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා
සුන්දර සිරිබරිනී, සුරැඳි අති සෝබමාන ලංකා
ධාන්‍ය ධනය නෙක මල් පලතුරු පිරි ජය භූමිය රම්‍යා
අපහට සැප සිරි සෙත සදනා ජීවනයේ මාතා
පිළිගනු මැන අප භක්ති පූජා
නමෝ නමෝ මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා
ඔබ වේ අප විද්‍යා - ඔබ ම ය අප සත්‍යා
ඔබ වේ අප ශක්ති - අප හද තුළ භක්ති
ඔබ අප ආලෝකේ - අපගේ අනුප්‍රාණේ
ඔබ අප ජීවන වේ - අප මුක්තිය ඔබ වේ
නව ජීවන දෙමිනේ නිතින අප පුබුදු කරන් මාතා
ඥාන වීර්ය වඩවමින රැගෙන යනු මැන ජය භූමි කරා
එක මවකගෙ දරු කැල බැවිනා
යමු යමු වී නොපමා
ප්‍රේම වඩා සැම භේද දුරැර ද නමෝ නමෝ මාතා
අප ශ්‍රී ලංකා, නමෝ නමෝ නමෝ නමෝ මාතා

අපි වෙමු එක මවකගෙ දරුවෝ
එක නිවසෙහි වෙසෙනා
එක පාටැති එක රුධිරය වේ
අප කය තුළ දුවනා

එබැවිනි අපි වෙමු සොයුරු සොයුරියෝ
එක ලෙස එහි වැඩෙනා
ජීවත් වන අප මෙම නිවසේ
සොඳින සිටිය යුතු වේ

සැමට ම මෙත් කරුණා ගුණෙනී
වෙළී සමගි දමිනී
රන් මිණි මුතු නො ව එය ම ය සැපතා
කිසි කල නොම දිරනා

ආනන්ද සමරකෝන්

පෙරවදන

දියුණුවේ හිණිපෙත කරා ගමන් කරනා වත්මන් ලොවට, නිතැතින්ම අවැසි වනුයේ වඩාත් නව්‍ය වූ අධ්‍යාපන ක්‍රමයකි. එමඟින් නිර්මාණය කළ යුත්තේ මනුගුණදම් සපිරුණු හා කුසලතාවලින් යුක්ත දරුපරපුරකි. එකී උත්තුංග මෙහෙවරට ජව බලය සපයමින්, විශ්වීය අභියෝග සඳහා දිරියෙන් මුහුණ දිය හැකි සිසු පරපුරක් නිර්මාණය කිරීම සඳහා සහාය වීම අපගේ පරම වගකීම වන්නේ ය. ඉගෙනුම් ආධාරක සම්පාදන කාර්යය වෙනුවෙන් සක්‍රීය ලෙස මැදිහත් වෙමින් අප දෙපාර්තමේන්තුව ඒ වෙනුවෙන් දායකත්වය ලබා දෙන්නේ ජාතියේ දරුදැරියන්ගේ නැණ පහන් දල්වාලීමේ උතුම් අදිටනෙනි.

පෙළපොත විටෙක දැනුම් කෝෂ්ඨාගාරයකි. එය තවත් විටෙක අප වින්දනාත්මක ලොවකට ද කැඳවාගෙන යයි. එසේම මේ පෙළපොත් අපගේ තර්ක බුද්ධිය වඩවාලන්නේ අනේකවිධ කුසලතා පුබුදු කරවාගන්නට ද සුවිසල් එළි දහරක් වෙමිනි. විදුබිමෙන් සමුගත් දිනක වුව අපරිමිත ආදරයෙන් ස්මරණය කළ හැකි මතක, පෙළපොත් පිටු අතර දැවටී ඔබ සමඟින් අත්වැල් බැඳ එනු නොඅනුමාන ය. මේ පෙළපොත සමගම තව තවත් දැනුම් අවකාශ පිරි ඉසව් වෙත නිති පියමනිමින් පරිපූර්ණත්වය අත් කර ගැනුමට ඔබ සැම නිරතුරුව ඇප කැප විය යුතු ය.

නිදහස් අධ්‍යාපනයේ මහානර්ඝ ත්‍යාගයක් සේ මේ පුස්තකය ඔබ දෝතට පිරිනැමේ. පෙළපොත් වෙනුවෙන් රජය වැය කර ඇති සුවිසල් ධනස්කන්ධයට අර්ථසම්පන්න අගයක් ලබා දිය හැක්කේ ඔබට පමණි. මෙම පාඨ්‍ය ග්‍රන්ථය මනාව පරිශීලනය කරමින් නැණ ගුණ පිරි පුරවැසියන් වී අනාගත ලොව ඒකාලෝක කරන්නට දැයේ සියලු දූ දරුවන් වෙත දිරිය සවිය ලැබේවායි හදවතින් සුබ පතමි.

පෙළපොත් සම්පාදන කාර්යය වෙනුවෙන් අප්‍රමාණ වූ සම්පත්දායකත්වයක් සැපයූ ලේඛක, සංස්කාරක හා ඇගයුම් මණ්ඩල සාමාජික පිරිවරටත් අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුවේ කාර්ය මණ්ඩලයේ සැමටත් මාගේ හදපිරි ප්‍රණාමය පුද කරමි.

පී. එන්. අයිලප්පෙරුම
අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් ජනරාල්
අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව
ඉසුරුපාය
බත්තරමුල්ල
2020.06.26

නියාමනය හා අධීක්ෂණය

පී. එන්. අයිලප්පෙරුම	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් ජනරාල් අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

මෙහෙයවීම

ඩබ්. ඒ. නිර්මලා පියසීලි	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන කොමසාරිස් (සංවර්ධන) අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සම්බන්ධීකරණය

එස්. දක්ෂිණා කස්තුරිආරච්චි	නියෝජ්‍ය කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව
එල්. කේ. එස්. ඩී. පීරිස්	සහකාර කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සහය සම්බන්ධීකරණය

එච්. එල්. හේතුනි අනුරුද්ධිකා	සංවර්ධන නිලධාරි, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

ලේඛක මණ්ඩලය

ආනන්ද බණ්ඩාර අබේසිංහ,	ගුරු සේවය, ශාන්ත තෝමස් විද්‍යාලය, මාතලේ
ගංගා හරෝෂනී සමරසේකර	ගුරු සේවය, කුමර විද්‍යාලය, රත්නපුර
බී. බී ප්‍රේමාවතී	ගුරු සේවය, නාගල ශ්‍රී පියරතන විද්‍යාලය, බිබිල
රේණුකා ප්‍රියදර්ශනී වණිගසිංහ	ගුරු සේවය, ශ්‍රී රාහුල ජාතික පාසල, කටුගස්තොට
ඩී. එම්. කේ. බී. දිසානායක	ගුරු සේවය, පින්නවල ජාතික පාසල, රඹුක්කන
මනෝජ් හේවගේ	ගුරු සේවය, ඔරුබැඳිවැව මධ්‍ය මහා විද්‍යාලය, මහියංගනය
ටී. ටී. පී. ඇන්තනි	විශ්‍රාමික නියෝජ්‍ය කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව
ඇම්. රාජන්තිරන්	ගුරු සේවය, කනපති හින්දු බාලිකා මහා විද්‍යාලය, කොළඹ 12
එස්. දක්ෂිණා කස්තුරිආරච්චි	සහකාර කොමසාරිස්, අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

සංස්කරණය

මහාචාර්ය චන්ද්‍රසිරි රාජපක්ෂ	ජන සන්නිවේදන අධ්‍යයනාංශය, කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය
මහාචාර්ය අජන්තා හපුආරච්චි	අංශ ප්‍රධානි, මාධ්‍ය අධ්‍යයන අංශය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය ටියුඩර් වීරසිංහ	මණ්ඩපාධිපති, ශ්‍රී පාලි මණ්ඩපය, කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය
ආචාර්ය එස්. රඝුරාම්	අංශ ප්‍රධානී, සන්නිවේදන සහ ව්‍යාපාර අධ්‍යයන අංශය, නැගෙනහිර විශ්වවිද්‍යාලය, ත්‍රිකුණාමලය
බන්දුල පී. දයාරත්න	ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනයේ, මාධ්‍ය අධ්‍යාපන ව්‍යාපෘතියේ, හිටපු ප්‍රධානි
ඒ. නීලමණී	ජ්‍යෙෂ්ඨ කථිකාචාර්ය, ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය, මහරගම

භාෂා සංස්කරණය

නිමල් ප්‍රේමකුමාර	කථිකාචාර්ය, සිංහල දෙපාර්තමේන්තුව, ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය

චිත්‍ර

පියල් උදය සමරවීර	ප්‍රධාන කර්තෘ, විජය ළමා පුවත්පත
සමන් කළුබෝවිල	අනුර මධ්‍ය මහා විද්‍යාලය, යක්කල

ප්‍රකාශන සැලසුම, ඡායාරූප සහ ග්‍රැෆික් නිර්මාණ

තිලක් ඉන්දික සෙනෙවිරත්න	අධ්‍යාපනය සඳහා පුවත්පත් වැඩසටහන

පරිගණක සහාය

පී.ඒ.ඩී. නිසංසලා සඳමාලි	අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව

පටුන

මානව සන්නිවේදනයේ විකාශනය (මූලික කියවීම සඳහා)

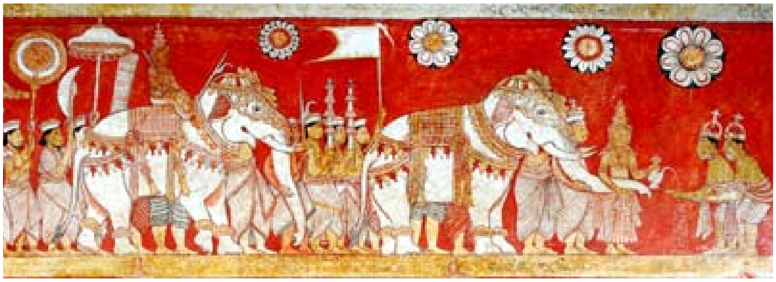
ලේඛක සංස්කාරක මණ්ඩල සටහන....

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය 10 වන ශ්‍රේණියට මුලින් ම හඳුන්වා දුන්නේ 2006 වර්ෂයේ දී ය. එයට දස වසරක් සපිරෙන 2015 වර්ෂයේ සිට එම සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය සඳහා සංශෝධිත විෂය නිර්දේශයක් හඳුන්වා දෙන අතර, මේ පෙළපොත එයට අනුගාමී ව සම්පාදනය කර ඇත.

අප ජීවත් වන මේ කාල වකවානුව නිසැක ව ම තොරතුරු ලෝකයකි. එබැවින් ඒවා ගලා එන සන්නිවේදන හා මාධ්‍ය පිළිබඳ ව අධ්‍යයනය කිරීම ජීවත් වීමට අත්‍යවශ්‍ය වූ ඉගෙන ගැනීමකි. පෙර ශත වර්ෂයේ ජීවත් වූ ජනයාට වඩා බහුල ලෙස අපි විවිධ සන්නිවේදන මෙවලම් එදිනෙදා ජීවිතයේ දී සැම විට ම පරිහරණය කරමු. මෙම විවිධ මෙවලම්, ඒවායේ ක්‍රියාවලිය, ඒවාහි ඇති ප්‍රයෝජන හා බලපෑම ආදිය පිළිබඳ ව මනා හැදෑරීමක් කිරීම ඔබගේ ජීවිතයට හැම ආකාරයකින් ම ප්‍රයෝජනවත් වන බව නිසැක ය.

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හදාරන්නට යොමු වන ඔබට මේ පෙළපොතින් මනා මග පෙන්වීමක් ලබා ගත හැකි ය. තේරුම් ගැනීම වඩාත් පහසු වීම සඳහා විස්තරාත්මක ව කරුණු දක්වා ඇත. ඔබගේ මාධ්‍ය පරිහරණය මෙන් ම ඔබගේ සන්නිවේදන නිපුණතා ද පිළිබඳ ව පෙරට වඩා වගකීමකින් යුතු ව හා විමසිලිමත් ව කටයුතු කරන්නට ඔබ පොලඹවන්නට මේ පෙළපොත පිටිවහලක් වේ යැයි අපි විශ්වාස කරමු.

✍ ලේඛක සංස්කාරක මණ්ඩලය



මූලික කියවීම සඳහා

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය ඉගෙන ගැනීම ආරම්භ කරන ඔබට සන්නිවේදනයේ ඓතිහාසික විකාශනය පිළිබඳව දැනුමක් හා අවබෝධයක් තිබීම වැදගත් ය. මානව සන්නිවේදනය කවදා, කෙසේ, කොතැනක, ආරම්භ වූයේ දැයි කිසිසේත්ම සිතන්නට නොහැකිය. එහෙත් මෙයට අවුරුදු ලක්ෂ ගණනකට පෙර වනයේ සාමූහිකව ජීවත් වෙමින් ප්‍රාථමික ශ්‍රම ස්වරූපවල නිරත වූ වානර පවුලේ සාමාජිකයෙකු ලෙස පරිණාමය වූ ප්‍රාග් මානවයාගේ මොළය දියුණු වී සිතීමේ ශක්තිය ඇති වූ නිසා මානව සන්නිවේදනය බිහි වූ බව නිශ්චිත ය. එනිසා ම සිතන්නට පටන්ගත් මානවයාට අන්‍යයන් සමග සිය හැඟීම් හුවමාරු කර ගන්නට අවශ්‍ය විය. එදිනෙදා සිදුවීම් ද මෙසේ හුවමාරු විය. මානවයා තුළ ඇති වූ සන්නිවේදන හැකියාව පසු කාලයේ විශ්ව සන්නිවේදනයක් බිහි කිරීම දක්වා ව්‍යාප්ත විය. කතා කිරීම, ලිවීම, මූලික විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප සන්නිවේදන සඳහා අවශ්‍ය විය. දිගු කාලයක් එක් ජන කොට්ඨාසයක් විසින් පිළිගත් සන්නිවේදන ස්වරූප භාවිත කිරීම නිසා සන්නිවේදන සම්ප්‍රදායක් ඇති විය. ඒවා අද හඳුන්වන්නේ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය යනුවෙනි.

මෙම ප්‍රවේශය කියවීමෙන් ඔබට මේ පිළිබඳ ව මූලික අවබෝධයක් ලබා ගත හැකිය. මෙය ඉදිරියේ දී සන්නිවේදනය පිළිබඳ දිගු හැදෑරීමක ආරම්භය විය හැකි ය.

මූලික කියවීම සඳහා

මානව සන්නිවේදනයේ විකාශනය

1. මානව සන්නිවේදනයේ ඓතිහාසික වර්ධනය

මානව සන්නිවේදනය කෙසේ කවද කවුරුන් විසින් ආරම්භ කළේ දැයි නිශ්චිත කාල වකවානු නැතත් කෝෂ ග්‍රන්ථ ආශ්‍රිත තොරතුරු අනුවත් ඩාවින්ගේ පරිණාමවාදය අනුවත් ප්‍රාග් ඓතිහාසික මිනිසා පිළිබඳ යම් තොරතුරක් ලබා ගත හැකිය. ප්‍රාථමික යුගයේ විසූ පූර්ව මානවයා සත්ත්ව පවුලේ එකෙකු ලෙස පරිණාමය වීමේදී මොළයේ වර්ධනය සමග බුද්ධිය ලැබීම මහඟු වරප්‍රසාදයකි. සත්වයාට ඇත්තේ "ඉව" පමණි. බුද්ධිය කෙමෙන් වර්ධනය වූයේ මොළයේ වර්ධනයත් සමගය. මුල්කාලීන ප්‍රාග් මානවයාගේ ශරීරය වර්තමාන මානවයාගේ තරමට පරිණාමය නොවූ බැවින් නියමිත සන්නිවේදනයකට මුඛ මාංශපේශී සකස් වී නොතිබිණි. ඍජුව දෙපයින් තැනිතලා පොළොවේ ඇවිදීමත් ඉදිරි ගාත් සකස් වීමත් නිසා ඒ ගාත් දෑත් ලෙස යොදා ගැනීමේ දී ක්‍රියාත්මක වූ මුඛ මාංශ පේශී සහ යම් යම් වචන පිටකිරීමේ ජීව විද්‍යාත්මක හැකියාව ඔහුට ලැබිණි. ඒ අනුව පිට වූ ශබ්ද පසුකලෙක යම් අදහසක් සලකා ඉදිරිපත් කිරීමට හැකියාවක් ලැබිණි.

සන්නිවේදනය ආරම්භ වන වකවානුව මෙයට වසර පනස් ලක්ෂයක පමණ අතීතයට අයත් ය. එහෙත් එකලට අයත් නිශ්චිත තොරතුරු විශ්ව කෝෂවල ඇති අතර, බොහෝ තොරතුරු ගොඩ නංවා ගෙන ඇත්තේ විද්‍යාත්මක හා තාර්කික උපකල්පන පදනම් කර ගනිමිනි.

මේ ප්‍රාග් ඓතිහාසික යුගය නොහොත් පැලියොලිතික් යුගය ලෙස හඳුන්වන කාල වකවානුවේ දී මානවයා වනාන්තරයේ ගුහාශ්‍රිත ව ජීවත් වී ඇත්තේ රංචු වශයෙනි. ඒ නිසා එකිනෙකා අතර හැඟීම්, අදහස්, හා අත්දැකීම් හුවමාරු කර ගැනීම ආරම්භ වී ඇත. මේ මුල් යුගයේ දී මුඛයෙන් නිකුත් වන හඬ ද, ශරීරාංග චලනය කිරීමෙන් සකසා ගත් ශබ්ද, ඉරියව් හා ඉඟි ද සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගෙන ඇත. ඒ හැර පරිසරයේ ඇති විවිධ දේ මෙන් ම පරිසරය ආශ්‍රිත ව සකස් කර ගන්නා ලද විවිධ දේ මගින් ද අදහස් අනුකරණයෙන් ප්‍රකාශ කරන්නට ඔවුන් සමත් වූ බව කිව හැකි ය.

මානව සමාජය ටිකෙන් ටික දියුණු වන විට ප්‍රාථමික සන්නිවේදන ක්‍රම ලෙස බෙර හඬ, ගින්දර, කොළ අතු, ගස්වල පට්ටා හා ලී කැබලි මෙන් ම ඇට කැබලි ආදිය ද සන්නිවේදන අමුද්‍රව්‍ය ලෙස යොදා ගෙන ඇත.

මානවයාගේ මොළය හා ස්නායු පද්ධතිය දියුණු වීම නිසා සිදු වූ ඉතා වැදගත් වෙනසක් නම් බුද්ධිය ලැබීමයි. යමක් මතක තබා ගන්නට ද, එය වෙනත් අවස්ථාවක ස්මරණය කරන්නට ද හැකි වීම නිසා සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියෙහි කැපී පෙනෙන සංවර්ධනයක් ඇති විය.

උදාහරණයක් වශයෙන් වනාන්තරයේ සතුන් ලුහු බැඳ යාමේ අවස්ථාවක් මතකයේ තබා ගෙන ආපසු තම ජනයා සිටින ගුහාව වෙත පැමිණ, එම සිද්ධිය ස්මරණය කර කියා පාන්නට දඩයමේ ගිය පිරිමින්ට හැකි විය. එපමණක් නොව එසේ තමන් තුළ ඇති මතකය ස්මරණය කරමින් වනාන්තරයේ තමන් දුටු සතුන්ගේ රූප ආදිය තමන් ජීවත් වන ගුහාවල බිත්තිවල සටහන් කරන්නට ඔවුහු සමත් වූහ.

එවැනි ගුහා චිත්‍ර ඉතා මෑත කාලයේ දී ලෝකයේ විවිධ ස්ථානවලින් සොයා ගන්නට හැකි විය. ඒ අතර ඉතා ප්‍රසිද්ධ ගුහා චිත්‍ර ලෙස ප්‍රංශයේ ලැස්කෝ හා ස්පාඤ්ඤයේ අල්ටාමීරා ගුහා චිත්‍ර දැක්විය හැකි ය. ඒවා මෙයට අවුරුදු 18500 පමණ පෙර කාලයේ නිර්මාණය කරන ලද ඒවා ය.


අල්ටාමීරා ගුහා චිත්‍ර


ලැස්කෝ ගුහා චිත්‍ර

මේ ගුහා චිත්‍ර අධ්‍යයනය කිරීමේ දී පෙනී යන්නේ හුදෙක් අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට වඩා නිර්මාණාත්මක සන්නිවේදන කාර්යයක් කරන්නට මේ ආදි කාලීන මානවයාට හැකි වූ බව ය. වන සතුන් දඩයම් කරන ආකාරය ගුහාශ්‍රිත ව ගිනිමැල වටේ රඟ දැක්වීම ද මේ සමාජයේ තිබූ නිර්මාණශීලී සන්නිවේදන හැකියාව ප්‍රකට කරන්නකි. එපමණක් නොව තමන්ගේ කටහඬෙහි මූලික තත්ත්වයන් ඉක්මවා යමින්, එයින් විවිධ හඬ රටා නිර්මාණය කර ගන්නටත්, විවිධ සංගීතමය නාද රටා සකස් කර ගන්නටත් ඔවුන් සමත් වූවාට සැකයක් නැත. මෙයින් අදහස් වන්නේ නූතනයේ අප විසින් සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා ලද මූලික ස්වරූප, මෙයට අවුරුදු ලක්ෂ ගණනකට පෙර සිටි මානවයා විසින් ක්‍රමයෙන් සංවර්ධනය කරන ලද බව ය.

මතකය හා ස්මරණය නිසා සිදු වූ තවත් ඉතා වැදගත් ඓතිහාසික කාර්යයක් නම්, මානව සමාජයේ යම් යම් පුරාවෘත්ත පරම්පරාවෙන් - පරම්පරාවට මුඛ වචනයෙන් ගෙන ඒම ය. කතාන්දර, ගායනා, සිරිත් - විරිත්, ඇදහිලි හා පිළිවෙත් ආදිය මෙයට අයත් විය. මෙයින් සිදු වූයේ එක් පරම්පරාවක සංස්කෘතිය තවත් පරම්පරාවකට පවරා දීමකි.

2. සන්නිවේදනයේ ඓතිහාසික වර්ධනය තුළ සිදු වූ වැදගත් සිද්ධි කිහිපයක්

(i) කථන භාෂාවක් සකස්කර ගැනීම

මානවයා විසින් තම කටහඬ මගින් යම් අදහසක් ප්‍රකාශ කරන්නට උත්සාහ ගැනීම නිසා කථන භාෂාවක් බිහි විය. එකල ලෝකයේ විවිධ තැන් හි ජීවත් වූ ජනයා අතර ගනුදෙනුවක් නොවී ය. එහෙත් එක ම කාල වකවානුවක දී මේ ජනයා තම පරිසරය තුළ සිටිමින් ම, තමන්ට ආවේණික ලෙස කථන භාෂාවක් නිර්මාණය කර ගන්නට සමත් වූහ. ලෝකය පුරා විවිධ ජන කණ්ඩායම් විවිධ භාෂා භාවිත කරන්නේ මේ නිසා ය.

(II) රූප ආශ්‍රයෙන් අක්ෂර නිර්මාණය කර ගැනීම

ගුහා චිත්‍ර ඇඳීමට ආදි කාලීන මානවයා සමත් වූ බව මෙයට පෙර ඔබ කියවා ඇත. ඒ ආකාරයෙන් පරිසරයේ විවිධ රූප නිර්මාණාත්මක ලෙස යොදා ගනිමින් අක්ෂර නිර්මාණය කර ගන්නට ලෝකයේ සමහර ජනයා සමත් වූහ. මේවා හැඳින්වෙන්නේ රූපාක්ෂර හෝ චිත්‍රාක්ෂර හෝ යනුවෙනි. මේ එක් අක්ෂරයකින් හඬක් වෙනුවට අදහසක් ඉදිරිපත් කිරීම සිදු වේ. චීන, කොරියානු හෝ ජපන් අක්ෂර ඔබ දැක ඇතිවාට සැක නැත. ඒවා රූපයක් ලෙස ගොඩනංවා තිබේ.







ජපන්, චීන, කොරියා අක්ෂර

(III) සංකේතාත්මක ව අක්ෂර නිර්මාණය කර ගැනීම

මෙහි දී අදහස් වන්නේ යම් අක්ෂරයක් එම ජනයා විසින් පිළිගනු ලැබීම නිසා, එයට කිසියම් උච්චාරණය කළ හැකි හඬක් ඇති වීම ය. උදාහරණයක් වශයෙන් සිංහල හෝ දෙමළ හෝ අකුරු ගැන සිතන්න. මේ අකුරුවලට උච්චාරණය කළ හැකි හඬක් ලැබී තිබෙන්නේ සිංහල හෝ දෙමළ භාෂාව භාවිත කරන්නන් විසින් එය පිළිගනු ලැබීම නිසා පමණි. ඒ ආකාරයෙන් ලෝකය පුරා විවිධ ජන කණ්ඩායම් තමන්ගේ කථන භාෂාව සඳහා සංකේතාක්ෂර භාවිත කරමින් එය ලේඛන භාෂාවක් බවට පත් කර ගත්හ.

(IV) හෝඩිය නිර්මාණය කර ගැනීම

භාෂාවක් සඳහා හෝඩියක් සකස් කර ගැනීම මානව සන්නිවේදන ඉතිහාසයේ ඉතා විශිෂ්ටතම කාර්යයකි. හෝඩිය පිළිබඳ අදහස මතු වූයේ ලිවීම ආරම්භ වීමත් සමග ය. එක් එක් භාෂාවන්හි තිබූ වෙනස්කම් අනුව ඒ ඒ හෝඩිය ද වෙනස්කම් සහිත ව නිර්මාණය කරනු ලැබිණි. උදාහරණයක් වශයෙන් ඉංග්‍රීසි හෝඩියට අක්ෂර 26ක් ඇති අතර, සිංහල හෝඩිය අක්ෂර 60කින් ද, දෙමළ හෝඩිය අක්ෂර 247කින් ද සමන්විත ය. ලෝකයේ අනෙකුත් භාෂාවල ද හෝඩිය අතර අක්ෂර සංඛ්‍යාව විවිධ ය.

(V) විවිධ දෑ යොදා ගෙන ලිවීම ආරම්භ කිරීම

ලියන්නේ කුමකින් ද ලියන්නේ කුමක ද යන්න ආදි කාලීන ජනයාට ඇති වූ ප්‍රධාන ගැටලුවකි. ඒ ගැන කිසිදු පූර්වාදර්ශයක් නො තිබිණි. එබැවින් ඔවුහු ගස්වල පොතු, පැපිරස් පත්‍ර, තල් කොළ, සත්ත්ව සම්, ගල් පතුරු, ලී කැබලි, සකසා ගත් මැටි පුවරු හෝ පසු කාලයේ දී රෙදි ආදියේ ලියන්නට පටන් ගත්හ. එසේ ම ඔවුහු ගල්ගුහා බිත්තිවල ද, කඳු බෑවුම්වල ද, ගස් කඳන්වල ද විවිධ දේ ලියූහ. එපමණක් නොව ලිවීම ආරම්භ කරන්නේ කොතැනකින් ද කියා ඔවුන්ට ගැටලුවක් පැන නැගුණි.

ඒ නිසා සමහරු වමේ සිට දකුණට ද, සමහරු දකුණේ සිට වමට ද, සමහරු ඉහළ සිට පහළට ද, සමහරු සීසාන ක්‍රමයට ද ලියන්නට පටන් ගත්හ. මෙයින් සීසාන ක්‍රමය පසු කාලයේ දී භාවිතයෙන් ඉවත් විය. සිංහල, ඉංග්‍රීසි, දෙමළ හා හින්දි වැනි භාෂා වමේ සිට දකුණට ලියන අතර, අරාබි භාෂාව ලේඛනය කරන්නේ දකුණේ සිට වමට ය. චීන, ජපාන, කොරියානු ආදි භාෂාවල රූපාක්ෂර භාවිත කරන අතර, ඉහළ සිට පහළට ලිවීම අඛණ්ඩ ව භාවිත කරන අයුරු දකින්නට ලැබේ.

(VI) කඩදාසිය නිර්මාණය කර ගැනීම

ක්‍රි.පූ.1 වන සියවසේ දී චීනය විසින් ලොව මුල් ම කඩදාසිය නිර්මාණය කරන ලදි.

පරණ රෙදි හා මාළු දැල් කැබලි පරීක්ෂා කළ සායි ලුන් (Ts'ai lun) දුටුවේ, ඒවා සිහින් කෙඳි විශේෂයකින් යුක්ත වන බව ය. මල් බෙරි හා හණ ගස් ද ඔහුගේ නිරීක්ෂණයට භාජනය විය. මේ අවබෝධය නිසා ඔහුගේ සිතේ ඇති වූයේ අලුත් අදහසකි. පරණ රෙදි කැබලි, මාළු දැල් කැබලි, මල් බෙරි ශාක කොටස් හා හණ ගස්වල කොටස් උතුරන වතුර සහිත භාජනයට දැමූ සායි ලුන් ඒවා හොඳින් තැම්බුවේ ය. එවිට ඒවායේ සිහින් කෙඳි වෙන් වන බව ඔහු දුටුවේ ය. මෙම මිශ්‍රණය උකු තරලයක් බවට පත් විය. ඒවා උස් දාර සහිත පැතලි ලෑලි පුවරුවක් මත විසුරුවා හරිනු ලැබී ය. සිහින් කෙඳි කැබලි ලක්ෂ ගණනින් ඒ මත ගලා ගොස් තුනී විය. ලුන් විසින් මෙම මිශ්‍රණයේ ජලය සෙමින් ඉවත් කරනු ලැබී ය. ඉතිරි තලපය සූර්ය රශ්මියෙන් වියළා ගත් ලුන්, තුනී කෙඳිවලින් සමන්විත වූ ලෝකයේ මුල් ම කඩදාසිය නිර්මාණය කිරීමේ ගෞරවය හිමි කර ගත්තේ ය. සායි ලුන් කළ ආකාරයෙන් සන කඩදාසියක් සාදන්නට ඔබට ද හැකි ය. පන්තියේ දී අත්හදා බලන්න.

චීනයේ කඩදාසි රහස් ඔවුහු අවුරුදු පන්සියයක් රැක ගත්හ. එය ලෝකයට ගෙන ආවේ නාවුක වෙළෙන්දෝ ය. ලෝකයේ සන්නිවේදන කතාන්දරයේ හැරවුම් ලක්ෂයක් ලෙස කඩදාසිය සොයා ගැනීම දැක්විය හැක්කේ, එය ලිවීමට හා මුද්‍රණයට යොදා ගැනීමෙන් ලෝකය ම අලුත් සන්නිවේදන මාවතකට පිවිසීම නිසා ය.

(VII) අතින් පිටපත් කර පොත් සෑදීම ආරම්භ කිරීම

අතින් පිටපත් කර පොත් සෑදීම ආරම්භ කරන ලද්දේ කඩදාසිය සොයා ගැනීමට පෙර ය. සැකසූ සම් කැබලිවල හෝ පැපිරස් පත්‍ර හෝ තල්පත්වල හෝ එකල ලියූ අතර, පිටපත් කිරීම සඳහා ලිවීමේ හැකියාව ඇති වහලුන් යොදා ගැනුණි. ඒ අනුව ලේඛනවල හා පොත්වල සීමිත පිටපත් සංඛ්‍යාවක් සකස් කර ගන්නට හැකි විය. එයටත් පෙර කාලයේ දී ලිවීම සඳහා යොදා ගන්නා ලද්දේ මැටි පුවරු ය. ඒවායේ ලියූ පසු ව අව්වේ වේලා හෝ පුළුස්සා හෝ සකස් කර ගත්හ. අවුරුදු තුන්දහසකට පමණ පෙර යුගයේ දී මේ ආකාරයෙන් පුළුස්සා සකස් කර ගත් මැටි පොත් සහිත පුස්තකාල පවා අරාබි රටවල තිබී ඇත.

(VIII) ලී අච්චු හෝ මැටි අච්චු හෝ යොදා ගෙන මුද්‍රණය ආරම්භ කිරීම

මුද්‍රණ ශිල්පය ආරම්භ කරන ලද්දේ චීනය විසිනි. ඔවුහු ලෑලි හෝ මැටි පුවරුවලින් අච්චු සාදා ගෙන, ඒ මත තීන්ත තවරා, ඒ මත කඩදාසිය තබා තද කර මුද්‍රණය කරන ක්‍රමය සොයා ගත්හ. මේ ආකාරයෙන් එක ම අච්චුවක පිටපත් වැඩි ප්‍රමාණයක් සකස් කර ගන්නට ඔවුන්ට හැකි විය. ඒ කාලයේ හැටියට එය විශිෂ්ට සොයා ගැනීමකි.

(IX) මිනිසුන් හෝ පරෙවියන් හෝ මගින් පණිවුඩ ගෙන යාම

එක් ස්ථානයකින් තවත් ස්ථානයකට කෙටි කාලයකින් පණිවුඩයක් ගෙන යාමේ අවශ්‍යතාව දියුණු වෙමින් පැවති සමාජ තුළ ඇති විය. විශේෂයෙන් එය පාලක පන්තියේ අවශ්‍යතාවක් විය. මුල් වකවානුවේ දී ඒ සඳහා යොදා ගන්නා ලද්දේ මිනිසුන් ය. පසුව අශ්වයන් මගින් පණිවුඩ ගෙන යාමට හැකි විය. එසේ ම ඊතලවල පණිවුඩ අමුණා විදීමෙන් ද කෙටි වේලාවක් තුළ යම් පණිවුඩයක් එක් තැනකින් තවත් තැනකට ගෙන යා හැකි විය.



දෙවන ලෝක යුද්ධ සමයේ දී පණිවුඩ හුවමාරුවට පරෙවියන් යොදා ගැනීම

පුහුණු කරන ලද පරෙවියන් යොදා ගෙන පණිවුඩ ගෙන යාම ලෝකය පුරා ජනප්‍රිය වූ ක්‍රමයක් විය.

(X) ගුටෙන්බර්ග් විසින් නූතන මුද්‍රණ ශිල්පය නිර්මාණය කිරීම

චීනය විසින් සොයා ගත් මුද්‍රණ ශිල්පය ජර්මනියේ ගුටෙන්බර්ග් විසින් නවීකරණය කරන ලදි. ලෝකයේ පළමු මුද්‍රණ යන්ත්‍රය ඔහු නිර්මාණය කළේ ක්‍රි.ව. 1453 දී ය. ගුටෙන්බර්ග් එහි දී විශේෂ කාර්යයන් කීපයක් ඉටු කළේ ය. පළමුවැන්න නම් ලෝහ යොදා ගෙන අකුරු නිර්මාණය කිරීමයි. දෙවැන්න නම් අතින් කරන කාර්යය සඳහා අත් යන්ත්‍රයක් යොදා ගැනීමයි. තීන්ත සොයා ගත්තේ චීන ජාතිකයෙකි. අද වන විට විවිධාකාරයෙන් සංවර්ධනය වී ඇත්තේ ගුටෙන්බර්ග් විසින් යොදා ගත් මේ කාර්යයන් ය.



ජොහැන්නස් ගුටෙන්බර්ග්

(XI) විදුලි හා විද්‍යුත් සංඥා තාක්ෂණය නිර්මාණය කර ගැනීම

මෙය ලොව විශිෂ්ට පර්යේෂකයන් රැසකගේ උත්සාහයේ ප්‍රතිඵලයකි. 19 වන ශත වර්ෂයේ දී කම්බියක් ඔස්සේ විදුලි සංඥා යැවීමේ ක්‍රමය මෝස් විසින් ද, කම්බියක් ඔස්සේ හඬ යැවීමේ දුරකථන ක්‍රමය ග්‍රැහැම් බෙල් විසින් ද කම්බි රහිත ව විදුලි සංඥා යැවීම මගින් දුර විකාශන ක්‍රමය මාකෝනි විසින් ද සොයා ගැනීම මෙහි විශිෂ්ට අවස්ථා ය. පසු කාලීන ව බිහි වූ විවිධ සන්නිවේදන උපකරණ නිපදවීම සඳහා මේ සොයා ගැනීම් හේතු කාරක විය.

මේ ලැයිස්තුව සකස් කර නිම කළ නොහැකි ය. එයට හේතුව සන්නිවේදන ඉතිහාසය තුළ සිදු වූ දේ විශාල නිසා ය. එසේ ම මේ ලැයිස්තුව අනුපිළිවෙළින් දැක්වීම ද අපහසු ය. එයට හේතුව සමහර දේ සිදු වූයේ කුමන කාලවකවානුවේ දැයි නිශ්චිත ව කිව නොහැකි නිසා ය. එහෙත් මෙහි දී ඔබගේ අවධානයට ලක්විය යුත්තේ, මානව සන්නිවේදනයේ සම්පූර්ණ කතාන්දරය අවුරුදු දශ ලක්ෂයකට වැඩි ඉතිහාසයකින් යුක්ත වන බවයි.



නවීන සන්නිවේදන ක්‍රම

3. මානව සන්නිවේදනය

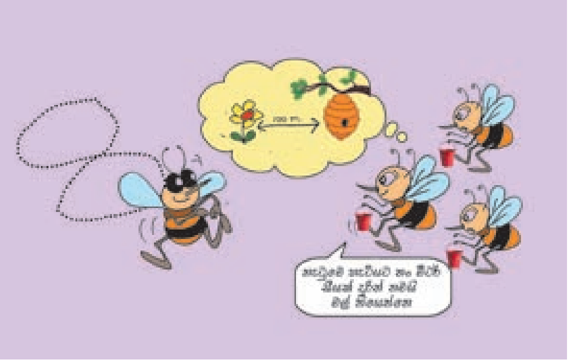
මානව සන්නිවේදනය මානව ශිෂ්ටාචාරය සමග අන්‍යෝන්‍ය ව බැඳී පවතී. මානව සන්නිවේදනය දියුණු වූයේ මානව ශිෂ්ටාචාරයේ දියුණු වීම සමග එක් ව ය. සන්නිවේදනය සඳහා නව තාක්ෂණය හා නව ක්‍රමවේද සඳහා වූ ඉල්ලුම ඇති කරන ලද්දේ මානව ශිෂ්ටාචාරය විසිනි.

මානවයා සත්ත්වයින්ගෙන් වෙන් ව හඳුනාගැනීමට හැකි එක් සාධකයක් වන්නේ ඔහු සතු සන්නිවේදන හැකියාවයි. මානව සමාජයට ශිෂ්ට සම්පන්න ව හා ආචාර විද්‍යාත්මක දිවි පෙවෙතක් ගෙන යාමට සන්නිවේදන ක්‍රම හැම අතකින් ම උපකාර වේ. මානව අවශ්‍යතා ඉටුකරගනු ලබන්නේ සන්නිවේදනය මගිනි.

මානවයාගේ චින්තනය දියුණු වීමත් සමග තාක්ෂණික මෙවලම් නිපදවා ගැනීමෙන් සන්නිවේදන ක්‍රියාදාමය පෘථුල විය. මානව සන්නිවේදනයේ විශිෂ්ට ප්‍රතිඵලයක් ලෙස භාෂාව නිපදවා ගැනීම සඳහන් කළ හැකි ය. එසේ ම සංකේත භාවිතය, භාෂණයට යොමු වීම, ලේඛන ක්‍රම නිපදවා ගැනීම, පුවත්පත් - ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන ජන මාධ්‍ය නිපදවා ගැනීම මානව සන්නිවේදනයේ විශේෂතා ය. එසේ ම සිය අදහස් ප්‍රකාශනය සඳහා කලාත්මක නිර්මාණ කිරීමෙන් වින්දන ශක්තියෙන් යුත් මානව සමාජයක් ලොව පුරා ගොඩනැගිණි.

4. සත්ත්ව සන්නිවේදනය

ඔබේ නිවසේ සිටින බල්ලා හඬ නගන්නේ බඩගින්නට ද වතුර තිබහට ද පිටතින් පැමිණි වෙනත් අමුත්තෙකුට ද නිවසේ සාමාජිකයකු නිවසට පැමිණි විට ද ආදි වශයෙන් තේරුම් ගන්නට ඔබට හැකියාව ඇතැයි සිතිය හැකි ය. බල්ලකු හැසිරෙන ආකාරයෙන් ද එවැනි සන්නිවේදන අර්ථ ජනනය වන්නට පුළුවන. එයින් අදහස් වන්නේ සතුන්ට



සත්ත්ව සන්නිවේදනය

ද සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියක් ඇති බවයි.

සත්ත්ව සමාජය පවතින්නේ ද සන්නිවේදනය පදනම් කර ගෙන ය. එහෙත් එය මානව සමාජය තරම් දියුණු නැත. මානව සන්නිවේදනය තරම් සත්ත්ව සන්නිවේදනය සංකීර්ණ හෝ නිර්මාණශීලී හෝ නොවේ. එහෙත් සතුන් අතර ද ප්‍රබල සන්නිවේදන ක්‍රියාකාරකම් පවතී. සතුන්ගේ සන්නිවේදනය, ආහාර සපයා ගැනීම, ආරක්ෂාව හා ප්‍රජනන අවශ්‍යතා සමග මූලික ව බැඳී පවතී.



සත්ත්ව සන්නිවේදනය

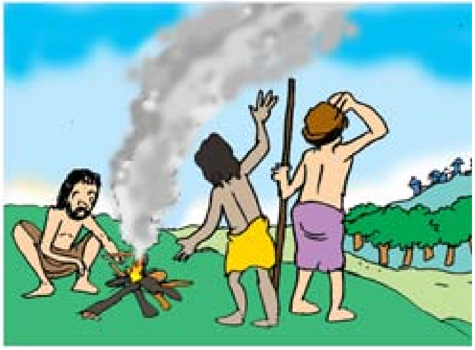
ඔවුන් ශ්‍රව්‍ය සංඥා, දෘශ්‍ය සංඥා, ආඝ්‍රාණ සංඥා, රසායනික සංඥා හා ස්පර්ශය වැනි උපක්‍රම යොදා ගනිමින් සන්නිවේදනයේ යෙදෙනු ඇත. ශබ්දය, ආලෝකය, රසායනික ද්‍රව්‍ය, අංග චලනය, හැසිරීම, වැනි විවිධ ලක්ෂණ මගින් ඔවුන්ගේ සන්නිවේදන ස්වරූප හඳුනාගත හැකි ය. පක්ෂීහු, සිව්පාවෝ ආදීහු විවිධ ශබ්ද මගින් ද, මී මැස්සෝ හා සමහර මත්ස්‍යයෝ රංගනයෙන් හා ආලෝකය විහිදුවමින් ද සන්නිවේදනය කරති.

සමහර කෘමි සතුන්ගෙන් කිසියම් ගන්ධයක් පිට වන්නේ සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා උපක්‍රමයක් ලෙසිනි. අලි ඇතුන්, පක්ෂීන්, වඳුරන්, මොනරුන්, සුනඛයන්, බළලුන් හා ගවයන් වැනි විවිධ සතුන්ගේ සන්නිවේදන චර්යාව අධ්‍යයනය කිරීමෙන් මේ පිළිබඳ ව අදහසක් ඇති කර ගත හැකි වේ. එසේ ම ගෙවත්තේ සැරි සරන සතුන්ගේ හැසිරීම් අධ්‍යයනය කිරීමෙන් සතුන් අතර පවතින සන්නිවේදන ක්‍රම හඳුනාගත හැකි ය.

5. සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය

එක් එක් ජන කණ්ඩායම් තම සංස්කෘතිය ගොඩ නගා ගන්නා ලද්දේ තම පරිසරය ඇසුරු කර ගනිමිනි. ඒ අනුව ඔවුන්ගේ සමාජයෙහි සංස්කෘතික පැවැත්මට අවශ්‍ය සන්නිවේදනාංග ඔවුහු නිපදවා ගත්හ.

ඇඳුම් පැලඳුම්, ආචාර සමාචාර, විවිධ සිරිත් විරිත්, විවිධ ඇදහිලි, පූජා ක්‍රම, නර්තන, ගායනා, පුරාණෝක්ති හා විවිධ කලාත්මක කාර්යයන් ආදිය මෙම සන්නිවේදනාංගයන්ට අයත් වේ. මේවා සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය යනුවෙන් හැඳින්විය හැකි ය. එක් ජන කණ්ඩායමක් තවත් ජන කණ්ඩායමකින් වෙනස් වන්නට සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදනය අතිශයින් හේතුකාරක වේ.



දුම මගින් සංඥා යැවීම



අඬබෙර ගැසීම



දැන්වීම් ප්‍රදර්ශනය



සංකේතයක් මගින් සන්නිවේදනය

සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම කිහිපයක්

ගිනිමැලය, දුම, හූව, කොළ අතු එල්ලීම, බෙරය, නලාව, යනාදි ප්‍රාථමික සන්නිවේදන ක්‍රම යොදා ගනිමින් ආදි කාලීන ගෝත්‍රික සමාජයන්හි පණිවුඩ හුවමාරු කර ගත් ආකාරයට අදටත් සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම භාවිත කරන ආකාරය හඳුනා ගත හැකිය.

අපගේ ග්‍රාමීය සමාජයෙහි පවතින බලිතොවිල් ආදියෙහි ද දකින්නට ලැබෙන්නේ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ලක්ෂණ ය. ලෙඩරෝග සඳහා කොළ අතු එල්ලීම, නූල් මැතිරීම, සුර දැමීම, කෙම් ක්‍රම, තහංචි, මංගල හා අවමංගල චාරිත්‍ර විධි මෙන් ම ජනකවි, ගැමි නාටක, මෑතකාලීන ජනකතා, කවිකොළය, විරිඳු හා රූකඩ ආදිය ද සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන භාවිතයන් ය. ලෝකයේ කුමන රටක, කුමන ජන කණ්ඩායමක් අධ්‍යයනය කළත් මෙවැනි විවිධ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රම සොයා ගත හැකි ය. මෙහි විශේෂය වන්නේ ඒ කුමන හෝ සාම්ප්‍රදායික සන්නිවේදන ක්‍රමයක් ඒ ජන කණ්ඩායමට සුවිශේෂ වන බව ය.

01 සන්නිවේදනය හැඳින්වීම



අභිමතාර්ථ

සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂය ඉගෙනගැනීම ආරම්භ කරන ඔබ විසින් පළමුවෙන් ම සන්නිවේදනය යනු කුමක් ද එය පුද්ගලයාගෙන් ආරම්භ වී විශාල ජනගහණයක් දක්වා පැතිර ගියේ කෙසේ ද එයින් සමාජයට ඇති ප්‍රයෝජන මොනවා ද එයට ඇති වන බාධා මොනවා ද ආදි වශයෙන් මූලික කරුණු කිහිපයක් දැන ගත යුතු ය. මානවයා රංචු වශයෙන් ජීවත් වීමට පුරුදු වූ අතර, එහි ප්‍රතිඵලයක් ලෙස සමාජය බිහි විය. සමාජයේ පැවැත්ම සඳහා සන්නිවේදනය අත්‍යවශ්‍ය වේ. කුමන හෝ සමාජයක සිටින පුද්ගලයන් අතර අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාව පවත්වා ගෙන යන්නේ සන්නිවේදනය මගිනි.

සන්නිවේදනය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ පුද්ගලයකු සිය 'හැඟීම්, සිතිවිලි හා අදහස් අන්‍යයන් සමග හුවමාරු කර ගැනීම ය. ඔබට ද ඔබගේ හැඟීම්, සිතිවිලි හා අදහස් අන්‍යයන් සමග හුවමාරු කර ගැනීමට සිදු වේ. එය ඕනෑ ම කෙනෙකු තුළ ඇති වන අනිවාර්ය අවශ්‍යතාවකි. සන්නිවේදනය හා පුද්ගලයන් අතර පවත්නා සන්නිවේදන සම්බන්ධතාව පිළිබඳ ව මෙම පළමු පරිච්ඡේදය තුළ ඔබට ඉගෙන ගත හැකි ය.

1. සන්නිවේදනය හැඳින්වීම

1.1 සන්නිවේදනය පිළිබඳ අර්ථකථන

'හැඟීම්, සිතිවිලි හා අදහස් අන්‍යයන් සමග හුවමාරු කර ගැනීම සන්නිවේදනයයි' යනුවෙන් සරල ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. හැඟීම්, සිතිවිලි හා අදහස් යනු කෙනෙකුගේ සිතේ ඇති වන දේ ය. අන්‍යයන් යන්නෙන් ඕනෑ ම කෙනෙක් අයත් වේ. හුවමාරු කරගැනීම යන්නෙන් දීම හා ගැනීම යන කාර්ය දෙකක් සිදු වේ. එනම් දෙපාර්ශ්වයක් අතර හැඟීම්, සිතිවිලි හා අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමේ ද්විපාර්ශ්වික ක්‍රියාවලියක් මෙහි දී අදහස් වේ. මෙය පුළුල් වශයෙන් ගත් විට එකිනෙකා අතර අත්දැකීම් හුවමාරු කර ගැනීමක් ලෙස ද දැක්විය හැකි ය.

ඇමෙරිකා එක්සත් ජනපදයේ දේශපාලන විද්‍යාව පිළිබඳ මහාචාර්යවරයකු වූ **හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල්** විසින් ඉදිරිපත් කරන ලද සන්නිවේදනය පිළිබඳ සරල අර්ථකථනය අද දක්වා ම සන්නිවේදන අධ්‍යාපනයේ දී ජනප්‍රිය ය. ඒ ආසන්න වකවානුවේ දී **ඇලෙක්සැන්ඩර් ග්‍රැහැම් බෙල්** විසින් නිපදවන ලද දුරකථනය මගින් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම පදනම් කර ගනිමින්, **ක්ලෝඩ් ෂැනොන් හා වොරන් වීවර්** විසින් ද සන්නිවේදනය පිළිබඳ ගණිතමය සූත්‍රයක් දක්වන ලදි.

1.1.1 'සන්නිවේදනය' පිළිබඳ ලැස්වෙල් අර්ථකථනය

1948 දී මහාචාර්ය හැරල්ඩ් ඩී. ලැස්වෙල් විසින් ඉදිරිපත් කරන ලද සන්නිවේදනය පිළිබඳ අර්ථකථනයේ දී ඔහු දක්වා ඇත්තේ, 'කිසියම් කෙනෙක්, යම් කිසිවක්, කිසියම් නාලියකින්, යම් කෙනෙකුට, යම් බලපෑමක් සඳහා, ඉදිරිපත් කරන දෙය සන්නිවේදනයයි' යනුවෙනි. මෙහි දී කිසියම් කෙනෙක් යන්නෙන් සන්නිවේදකයා ද, යම් කිසිවක් යන්නෙන් සන්දේශය ද, කිසියම් නාලියකින් යන්නෙන් මාධ්‍යය ද, යම් කෙනකුට යන්නෙන් ග්‍රාහකයා ද, යම් බලපෑමක් සඳහා යන්නෙන් බලපෑම ද අදහස් වේ. එය රූප සටහනකින් මෙසේ දක්වන්නට පුළුවන.

Who	යම් කෙනෙක්	සන්නිවේදකයා	Communicator
Says what	යම් කිසිවක්	සන්දේශය	Message
In which channel	යම් නාලියකින්	මාධ්‍යය	Medium
To whom	යම් කෙනෙකුට	ග්‍රාහකයා	Receiver
With what effect	යම් බලපෑමක් සඳහා	බලපෑම	Effect

සන්නිවේදනය පිළිබඳ ලැස්වෙල් අර්ථකථනය පහත සඳහන් පරිදි නිදසුන් දෙකකින් දැක්විය හැකි ය.

සන්නිවේදකයා Communicator → **සන්දේශය** Message → **මාධ්‍යය** Medium → **ග්‍රාහකයා** Receiver → **බලපෑම** Effect

ලැස්වෙල් සන්නිවේදන ආකෘතිය - 1948

ලැස්වෙල් දක්වන ආකාරයට සන්නිවේදකයා යනු සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ ආරම්භකයා ය. සන්දේශයක් යැවීමේ අවශ්‍යතාව ඇති වන්නේ සන්නිවේදකයාට ය. ඒ නිසා සන්නිවේදකයා විසින් සන්දේශය සකසනු ලබයි. එය තෝරා ගත් මාධ්‍යයක් ඔස්සේ ග්‍රාහකයා වෙත යවනු ලබයි. එහි දී අපේක්ෂා කරනු ලබන්නේ, සන්දේශය ලැබීමෙන් පසු ග්‍රාහකයාගේ වෙනසකි.

1. කාර්යාලයට පැමිණෙන ලෙස විදුහල්පතිතුමිය නිශාදිට දන්වා එවා තිබුණේ, පන්තිය භාර ගුරුතුමිය මගිනි. ඒ අනුව ඇය කාර්යාලයට ගොස් විදුහල්පතිතුමිය හමු වූවා ය.
2. මෙවර පාසල් නිවාඩුව දුන් පසු ගමට පැමිණෙන ලෙස නිමල්ට මාමාගෙන් ලිපියක් ලැබිණි. එහෙත් එම නිවාඩු කාලයේ දී නිමල්ට ගමට යාමට නොහැකි විය.

මේ නිදසුන් දෙකින් ම සිදු වී ඇත්තේ සන්නිවේදන කාර්යයකි. පළමු නිදසුනෙන් දැක්වෙන්නේ සන්නිවේදකයාගේ අරමුණ ඉටු වී ඇති බව ය. දෙවන නිදසුනින් දැක්වෙන්නේ සන්නිවේදකයාගේ අරමුණ ඉටු නො වූ බව ය.


1.1 රූපය - සන්නිවේදනය

මේ අවස්ථා දෙකේ දී ම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සිදු වී ඇත. සන්නිවේදකයා සන්දේශය මාධ්‍යයක් මගින් ග්‍රාහකයා වෙත යවා ඇත. එය ලිපියක්, දුරකථන ඇමතුමක්, මුහුණට මුහුණ ලා කරනු ලබන ප්‍රකාශයක් හෝ ඉඟියක් හෝ විය හැකි ය. මේ අවස්ථා දෙකේ දී ම ග්‍රාහකයා විසින් සන්දේශය ලබා ගෙන ඇත. එහෙත් නිසි බලපෑම සිදු වී ඇත්තේ මුල් ක්‍රියාවලියේ දී පමණි. දෙවන අවස්ථාවේ දී සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය අවසාන වී නැත.

සන්නිවේදකයා

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ආරම්භ කරන්නා සන්නිවේදකයා ය. සන්නිවේදනය කළ යුතු දේ සැලසුම් කිරීම ඔහු/ඇය ගේ මූලික කාර්යය යි. මාධ්‍යය තෝරා ගනු ලබන්නේ ද ඔහු/ඇය විසිනි. ග්‍රාහකයා කවුරුන්දැයි දන්නේ ද සන්නිවේදකයා ය. ඒ අනුව ග්‍රාහකයාට සුදුසු ලෙස සන්දේශය සැලසුම් කර, යෝග්‍ය මාධ්‍යයක් තෝරා ගෙන සන්දේශය සම්ප්‍රේෂණය කිරීම සන්නිවේදකයාගේ කාර්යය යි.

සන්දේශය

ග්‍රාහකයා අරමුණු කර ගෙන සන්නිවේදකයා කරනු ලබන සිය හැඟීම්, සිතිවිලි හෝ අදහස් ප්‍රකාශනය සන්දේශය යි. පණිවුඩය යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ද එය ම ය. ඉදිරිපත් කළ යුතු අදහස එහි අන්තර්ගත වී ඇත. එය සකසා ඇත්තේ යොදා ගන්නා මාධ්‍යයට යෝග්‍ය වන ආකාරයෙනි. උදාහරණයක් වශයෙන් යොදා ගන්නේ ලිඛිත මාධ්‍යය නම් සන්දේශය ලිඛිත ලෙස සැලසුම් කළ යුතු ය. යොදා ගන්නේ කථන මාධ්‍යය නම් සන්දේශය කථනයට උචිත ලෙස සැලසුම් කර ගත යුතු ය. මෙහි දී වැදගත් වන කරුණ නම් සන්නිවේදකයාගේ අදහස් ඇතුළත් සන්දේශය ඒ ආකාරයෙන් ම ග්‍රාහකයා වෙත ළඟා විය යුතු බව ය.

මාධ්‍යය

සන්නිවේදකයා විසින් සකස් කරන ලද සන්දේශය ග්‍රාහකයා වෙත ගෙන යනු ලබන්නේ කුමකින් ද එය මාධ්‍යය ලෙස හැඳින්විය හැකි ය. ලිපිය මෙන් ම දුරකථනය ද, ගුවන් විදුලිය මෙන් ම රූපවාහිනිය හා පුවත්පත් ද මාධ්‍ය වේ. ග්‍රාහකයාට ළඟා විය හැකි මාධ්‍යයක් තෝරා ගැනීම හැම විට ම වැදගත් ය. නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර සබඳතාවය ඇති කරන්නේ මාධ්‍ය මගිනි.

ග්‍රාහකයා

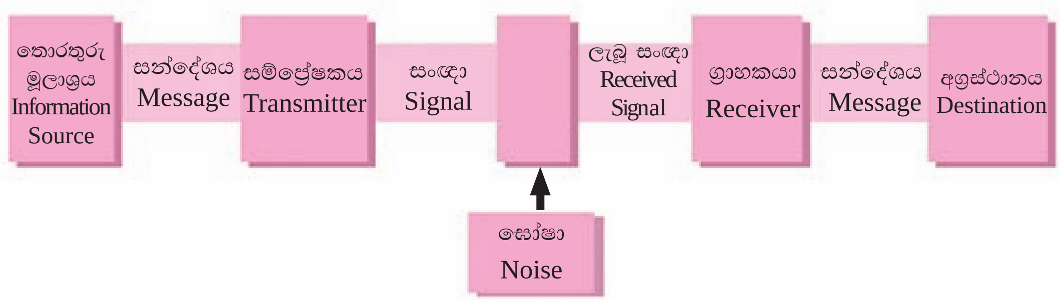
සන්නිවේදකයා යම් මාධ්‍යයක් ඔස්සේ යවන සන්දේශය ලබන පාර්ශ්වය ග්‍රාහකයා ය. ඒ අනුව තැපෑලෙන් ලිපියක් ලබන තැනැත්තා ද, දුරකථන පණිවුඩයක් ලබන තැනැත්තා ද, යමෙක් කියන දේ අසා සිටින තැනැත්තා ද, ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන ශ්‍රාවකයා ද, රූපවාහිනිය නරඹන්නා ද, පුවත්පත් කියවන්නා ද ග්‍රාහකයන් ලෙස සැලකේ. සන්දේශය සකසා තිබිය යුත්තේ ග්‍රාහකයාට එය තේරුම් ගත හැකි ආකාරයෙනි. ඒ නිසා සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී ග්‍රාහකයා ගැන නිවැරදි ව දැන සිටීම ඉතා වැදගත් ය. සන්නිවේදකයාට ග්‍රාහකයාගේ සමාජ, ආර්ථික, අධ්‍යාපන, සංස්කෘතික ආදි සෑම කරුණක් පිළිබඳ ව ම අවබෝධයක් තිබිය යුතු ය. ග්‍රාහකයා සෑම විට ම ග්‍රාහකයකු ලෙස සිටින්නේ නැත. සමහර විට ග්‍රාහකයා සන්නිවේදකයා බවට ද පත් වේ. එම නිසා සන්නිවේදක හා ග්‍රාහක යනු එක ම පුද්ගලයකුගේ භූමිකා දෙකකි.

බලපෑම

සන්නිවේදකයා යම් මාධ්‍යයක් උපයෝගී කර ගෙන ග්‍රාහකයා වෙත සන්දේශයක් ලබා දීමේ ප්‍රතිඵලයක් ලෙස ග්‍රාහකයා තුළ ඇති කරන වෙනස 'බලපෑම' ලෙස දැක්විය හැකි ය. එහෙත් සන්නිවේදකයා අපේක්ෂා කරන වෙනස ම ග්‍රාහකයා තුළ ඒ ආකාරයෙන් ම සිදු වේ යැයි සිතිය නොහැකි ය. ඇතැම් විට සන්නිවේදකයා කිසිසේත් අපේක්ෂා නොකළ දෙයක් බලපෑම ලෙස සිදුවීමට ද ඉඩ තිබේ.

1.1.2 සන්නිවේදනය පිළිබඳ ෂැනොන් වීවර් ගණිතමය සූත්‍රය

ක්ලෝඩ් ෂැනොන් හා වොරන් වීවර් විසින් දුරකථන සන්නිවේදනය පදනම් කර ගෙන 1949 දී ගොඩනංවන ලද ගණිතමය සන්නිවේදන සූත්‍රය පහත දැක් වේ.

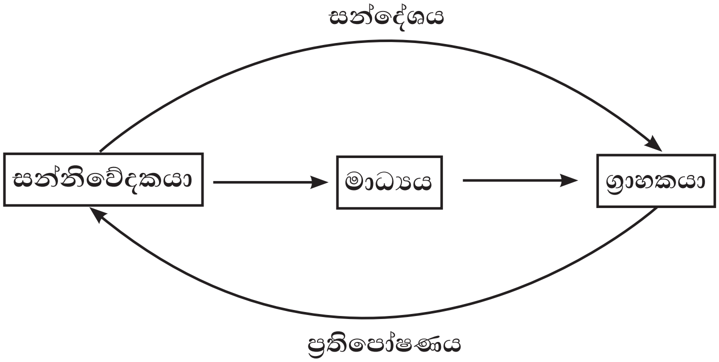


සන්නිවේදනය පිළිබඳ ෂැනොන් - වීවර් ගණිතමය සූත්‍රය 1949

මෙම සූත්‍රයට අනුව කිසියම් සන්දේශයක් සම්පාදනය කරනු ලබන්නේ, තොරතුරු මූලාශ්‍රයක් පදනම් කර ගනිමිනි. එම සන්දේශය සංඥා බවට පත් කර සම්ප්‍රේෂණ උපකරණයක් මගින් සම්ප්‍රේෂණය කරනු ලබයි. එවිට එම සංඥා නැවත වෙනත් ග්‍රාහකයක් මගින් ග්‍රහණය කර ගනු ලබයි. එම සංඥා නැවත සන්දේශය බවට පත් වී අග්‍රස්ථානය නොහොත් ග්‍රාහකස්ථානය වෙත ළඟා වෙයි. මෙහි දී සංඥා සම්ප්‍රේෂණය වීමේ දී කිසියම් ඝෝෂාවන් ඇති වී සංඥාවලට හානි සිදු වන්නට හැකි බව මේ සූත්‍රයෙන් පෙන්වා දෙයි. මේ සූත්‍රය දුරකථන සන්දේශයක් සම්බන්ධයෙන් ඉතා ම උචිත වේ. ෂැනොන් හා වීවර් විසින් ඝෝෂා යන්නෙන් අදහස් කරන ලද්දේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී තාක්ෂණික බාධා මගින් සංඥාවලට හානි විය හැකි බව ය. එහි ප්‍රතිඵලය වශයෙන් ග්‍රාහකයාට නිසි පරිදි සන්දේශය ග්‍රහණය කර ගත නොහැකි ය.

1.1.3 ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන සූත්‍රය

ලැස්වෙල් අර්ථ කථනයත්, ෂැනොන් වීවර් සූත්‍රයත් අධ්‍යයනය කළ විට පෙනී යන්නේ, ඒවා එක් අතකට පමණක් එනම් ඒක මාර්ගික ව ක්‍රියාත්මක වන බවයි. එනම් සන්නිවේදකයාගෙන් ග්‍රාහකයාට සන්දේශය ළඟා වනවා මිස, ග්‍රාහකයාගෙන් සන්නිවේදකයාට ප්‍රතිචාරයක් ලැබෙන බව මෙහි දී දක්වා නැත. ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය මෙසේ රූප සටහනකින් දැක්විය හැකි ය.



ද්වි මාර්ගික සන්නිවේදන සූත්‍රය

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය අංග සම්පූර්ණ වන්නේ ග්‍රාහකයාගේ ප්‍රතිපෝෂණය ලැබීමෙනි. ග්‍රාහකයා නිවේදකයා බවටත්, නිවේදකයා ග්‍රහකයා බවටත් කාර්ය මාරු කර ගැනීම මෙම ද්විමාර්ගික, චක්‍රීය සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී සිදුවේ. එය ද්විමාර්ගික සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියකි.

1.2 සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන්

සන්නිවේදනය ආරම්භ වන්නේ තොරතුරු - අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා ය. එහෙත් පසු ව මානව සමාජය සංවර්ධනය වන විට එහි කාර්ය පුළුල් විය. සන්නිවේදනයේ කාර්යයක් ලෙස අධ්‍යාපනය එක් වන්නේ එවිට ය. විනෝදාස්වාදය ද තවත් කාර්යයක් බවට පත් වේ. මේ ආකාරයෙන් සන්නිවේදනයේ කාර්යයන් විවිධාකාරයෙන් වර්ග කළ හැකි ය. සන්නිවේදනය අධ්‍යයනය ආරම්භ කරන ඔබගේ පහසුව සඳහා පහත සඳහන් ලෙස සන්නිවේදනයේ මූලික කාර්යයන් දක්වන්නට පුළුවන. මේවා සන්නිවේදනයේ අරමුණු වශයෙන් ද සැලකිය හැකි ය.

1) තොරතුරු සැපයීම

නූතන සමාජය තොරතුරු සමාජයක් ලෙස සලකනු ලැබේ. මේ නිසා නිරන්තරයෙන් ම තමා අවට සිදු වන දේ ගැන දැන ගැනීමට පුද්ගලයන් ආශා කරයි. අතීතයේ සිට ම මිනිසා තම පරිසරය පිළිබඳ ව කුතුහලයෙන් සිටි බව පෙනේ. පුද්ගලයා විසින් ආරම්භ කරන ලද විවිධ තොරතුරු සැපයීමේ කාර්යය මේ වන විට ජන මාධ්‍ය මඟින් වඩාත් විධිමත් ව කරනු ලැබේ. එහෙත් පුද්ගලයන් අතර තොරතුරු හුවමාරු වීම තවමත් අඛණ්ඩ ව සිදු වේ.

2) අධ්‍යාපනය ලබා දීම

දැනුම ලබා දීම සන්නිවේදනයේ මූලික පරමාර්ථයකි. අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් ද, පාසලින් ද, ජන මාධ්‍යයෙන් ද අධ්‍යාපනය ලබා ගැනීම සිදු වේ. නාට්‍යයක් නැරඹීම හෝ ගීතයක් රස විඳීම හෝ අධ්‍යාපනයක් ලෙස නොසැලකුවත්, එයින් සිදු වන්නේ ද අධ්‍යාපනයකි.

3) විනෝදාස්වාදය ලබා දීම

පුද්ගලයාගේ මානසිකත්වය යහපත් ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා ප්‍රබෝධයක් අත්‍යවශ්‍ය ය. ඒ සඳහා විවේකය, විනෝදය, හාස්‍යය හා සැහැල්ලු බව තිබිය යුතු ය. සංවිධානාත්මක ව විනෝදාස්වාදය ලබා දීම නාට්‍ය හෝ සංගීත සන්දර්ශන හෝ ආදිය මගින් කරනු ලබයි. විනෝදාස්වාදය ලබා දීමේ දී ගුවන්විදුලිය ද, රූපවාහිනිය ද ප්‍රමුඛ කාර්යභාරයක් නූතන සමාජයෙහි ඉටු කරයි. එපමණක් නොව වැඩිහිටියකු විසින් කුඩා දරුවකුට කතාන්දරයක් කියා දෙනු ලැබීමෙන් විනෝදාස්වාදය ලබාදීමේ අරමුණු ද ඉටුවේ.

4) පෙලඹවීම

පෙලඹවීම සන්නිවේදනය සමගත්, සන්නිවේදනය පෙළඹවීම සමගත් බැඳී තිබේ. ක්‍රීඩා කිරීම, නාට්‍යයක් බැලීම, ආහාර ගැනීම, විවේක ගැනීම, පාඩම් කිරීම, ගෙදර වැඩ නිම කිරීම හෝ නිදාගැනීම හෝ එවැනි කුමන ආකාරයේ කාර්යයක් වුවත් කිරීම සඳහා එක් පාර්ශ්වයක් විසින් තවත් පාර්ශ්වයක් පොලඹවනු ලැබිය හැකි ය. මෙය සන්නිවේදනයේ කාර්යයකි. වෙළෙඳ දැන්වීම් මගින් සිදු වන්නේ ද එවැනි ම පෙලඹවීමකි. එහි දී යම් යම් දේ මිල දී ගැනීමට පොලඹවනු ලබයි.

5) සමාජානුයෝජනය

පුද්ගලයා සමාජයට අනුගත වීමේ ක්‍රියාවලිය සමාජානුයෝජනය යි. එහි දී තමා ජීවත් වන සමාජයේ පිළිගැනීමට අනුව තම සමාජ ජීවිතයේ විවිධ අවස්ථාවල දී හැසිරිය යුතු ආකාරය ඉගෙන ගැනීම ආරම්භ වන්නේ කෙනකුගේ කුඩා කාලයේ සිටමය. එය දෙමාපියන් විසින් කරනු ලබන්නකි. මේ ඉගැන්වීම සඳහා දෙමාපියන්ට උපකාර වන්නේ සන්නිවේදනය යි. දෙමාපියන්ගෙන් පසු ව පාසල ද, වෙනත් විවිධ අය ද, සමාජානුයෝජනය සඳහා මග පෙන්වයි. මේ හැම අවස්ථාවක දී ම සන්නිවේදනය යොදා ගැනේ. වර්තමානය වන විට වඩාත් ප්‍රබල ලෙස සමාජානුයෝජන කාර්යය ඉටු කරනු ලබන්නේ රූපවාහිනිය විසිනි. චර්යා, වත් පිළිවෙත්, ආචාර ධර්ම, සමාජ නීති රීති හා සිරිත් විරිත් ආදිය මේ ආකාරයෙන් විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප මගින් දරුවාට කියා දීම සන්නිවේදනයේ ඉතා වැදගත් කාර්යයකි.

6) සංවාද හා සාකච්ඡා

පුද්ගලයන් හා සමාජ කණ්ඩායම් අතර ඇති වන විවිධ අදහස්, මත ගැටලු යනාදිය පිළිබඳ සංවාද කිරීමත්, සාකච්ඡා කිරීමත් සන්නිවේදනයේ වැදගත් කාර්යයකි. මානව සමාජයේ පවතින විවිධ ගැටලු ජනමාධ්‍ය මගින් සාකච්ඡා කිරීමෙන් හා සංවාද කිරීමෙන් ජනමාධ්‍ය විවාද මණ්ඩපයක් බවට පත්කර ගැනීමට හැකි බව විශ්වාස කරනු ඇත. එසේම යම් යම් සමාජ ගැටලු ඇතිවීම සඳහා සන්නිවේදන සිද්ධීන් ද මුල්විය හැකි ය. ඒවා සංවාද හා සාකච්ඡාවට භාජනය කිරීමෙන් පොදු මතයට පැමිණීමට හැකියාවක් ඇත.

7) සංස්කෘතික ප්‍රගමනය

සංස්කෘතික උරුමය පරම්පරාවෙන් පරම්පරාවට ගෙන යාම සන්නිවේදනයේ එක් වැදගත් කාර්යයකි. අද අප සිටින සමාජය නිර්මාණය වී ඇත්තේ එසේ පැරැන්නන් විසින් ගෙන එන ලද සංස්කෘතික දායාද එක්රැස් වීමෙනි. සමාජයක පවතින සංස්කෘතිය වර්ධනය කිරීම මෙන් ම ඒවා පවත්වා ගෙන යාම ද සන්නිවේදනයේ කාර්යයකි. මානව කණ්ඩායම් අතර පවතින සංස්කෘතික ලක්ෂණ සුරක්ෂිත කර ගැනීම මෙන් ම ඒවා ක්‍රමානුකූල ලෙස පවත්වා ගෙන යාම ද මෙහි දී සිදු වේ. අතීතයේ සිට පුද්ගලයන් විසින් කරනු ලැබූ සංස්කෘතික ප්‍රගමනය වර්තමානයේ දී ජන මාධ්‍ය හා වෙනත් නව මාධ්‍ය විසින් ද කරනු ලැබේ.

ඒකාබද්ධතාව

රටක ජන සමාජයෙහි විවිධ පුද්ගල කණ්ඩායම් ජීවත් වේ. ජාති, කුල, ගෝත්‍ර, ආගමික වශයෙන් එකී කණ්ඩායම්වල විවිධතා පවතී. මේ සියලු පිරිස් එක් සමාජ කණ්ඩායමක් වශයෙන් ඒකාබද්ධව සහජීවනයෙන් යුතු ව කටයුතු කිරීම සමාජයේ පැවැත්මට අවශ්‍ය ය. සන්නිවේදනය මූලික කර ගෙන කරනු ලබන විවිධ සමාජ ක්‍රියාකාරකම්වලින් සාමාජීය ඒකාබද්ධතාවක් මෙන් ම සහජීවනය ද ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය. එය පුද්ගලයන් සතු මෙන් ම ජනමාධ්‍යයන්ගේ ද කාර්යයකි.

1.3 සංජානනය (Perception)

''කෙනෙකුගේ පංචේන්ද්‍රිය මගින් ලැබෙන විවිධ සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගෙන එය තේරුම් ගැනීම සංජානනය යි.'' යනුවෙන් කෙටියෙන් හැඳින්විය හැකි ය. උදාහරණයක් වශයෙන් පහත සඳහන් සන්නිවේදන අවස්ථා දෙක අධ්‍යයනය කර බලන්න.

1. විදේශයක සිට පැමිණි තැනැත්තෙකු විසින් මෙරට සිටි තම මිතුරකු සමග කතා කරමින් කියා සිටියේ, තමන් එහි දී බල්ලකු සමග හිම මත බෝල ගැසූ බවයි.
2. පාසල් ක්‍රීඩා උත්සවය සඳහා තම නිවාසය විසින් තනන ලද්දේ අමු තල්කොළවලින් තැනූ කුඩා මඩුවක් බව නිමල් විසින් අල්ලපු ගමේ මිතුරකු වූ සුනිල්ට කියන ලදි.

මෙහි පළමු සිද්ධියේ දී මෙරට මිතුරාට බල්ලා ද, ඌ සමග බෝල ගැසීම ගැන ද තේරුම් ගැනීමට හැකි විය. එයට හේතුව නම් ඒ ආකාරයෙන් බල්ලන් සමග බෝල ගැසීම මෙරට දී ඔහු දැක තිබීම ය. එසේ ම එක අවස්ථාවක ඔහු ද බල්ලන් සමග බෝල ගසා තිබුණි. එහෙත් හිම මත බෝල ගැසීම යන්න නිසි ලෙස සිතේ මවා ගන්නට මෙරට මිතුරාට නොහැකි වූයේ, එවැනි හිම පිට්ටනියක් යනු කෙබඳු ස්ථානයක්දැයි යන්න හෝ හිම යන්න කෙබඳු දෙයක්දැයි යන්න හෝ දැන නොසිටි නිසා ය. මේ නිසා නිමල් සිය කතාවෙන් ඉදිරිපත් කරන ලද දේ නියම වශයෙන් ම සංජානනය කර ගැනීමට සුනිල්ට නොහැකි විය.

දෙවන අවස්ථාවේ දී තල්කොළ මඩුව ගැන සුනිල්ට මනා ව සංජානනය වූයේ ඔහු ද එවැනි තල්කොළ මඩු තනා තිබූ නිසා ය. එසේ ම ඒ ප්‍රදේශයේ හැම තැන ම තල්ගස් වැවී තිබුණු අතර, තල්කොළ යනු කෙබඳු දෙයක්දැයි සුනිල් ද මනා ව දැන සිටියේ ය. මේ නිසා නිමල් අදහස් කරන ලද දේ ඒ ආකාරයෙන් හෝ එයට ඉතා ම ආසන්න ආකාරයෙන් හෝ සංජානනය කර ගැනීමට සුනිල්ට හැකි විය.

මේ අනුව සන්නිවේදන කාර්යයේ දී එය සාර්ථක වීම සිදු වන්නේ, ග්‍රාහකයාගේ සංජානනය පාදක කර ගෙන බව පෙනේ. ග්‍රාහකයාගේ සංජානනයට බාධා පැමිණෙන හේතු හතරක් දැක්විය හැකි ය.

1. සන්දේශය තුළ විවිධාර්ථ තිබීම
2. වැරදි ලෙස තොරතුරු ගොනු කර සන්දේශය සැකසීම
3. සන්දේශයේ තොරතුරු විකෘති වී තිබීම
4. ග්‍රාහකයාගේ අත්දැකීම් පසුතලයට නො ගැළපීම

සන්නිවේදන කාර්යයේ දී ඉතා සැලකිලිමත් විය යුතු කාරණයක් නම්, සන්නිවේදකයා විසින් සන්දේශය සැකසිය යුත්තේ, ග්‍රාහකයාට එය නිසි ලෙස සංජානනය කළ හැකි ආකාරයෙන් බවයි.

1.4 සන්නිවේදන බාධක

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී සන්නිවේදකයා එක් අන්තයක ද, ග්‍රාහකයා එක් අන්තයක ද සිටී. සන්නිවේදකයාගේ සිට ග්‍රාහකයා දක්වා සන්දේශය ගමන් කරන්නේ මාධ්‍යයක් යොදා ගනිමිනි. සන්නිවේදකයාගේ අරමුණ වන්නේ තමන්ගේ සන්දේශය නිසි ලෙස ග්‍රාහකයාට ග්‍රහණය කර ගන්නට සලස්වන්නට ය. එම අරමුණ ඉටු කර ගැනීමට ඇති වන බාධා, 'සන්නිවේදන බාධක' ලෙස සරල ව හැඳින්විය හැකි ය. පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ඔබගේ පියා වත්තේ ඈත සිට ඔබට කතා කළ නමුත් දුර නිසා එම හඬ ඔබට ඇසුණේ නැත.
2. ඈත පෙදෙසක සිට පැමිණි කෙනෙක් තමන්ට අවශ්‍ය ලිපිනය පෙන්වා එතැනට යන ආකාරය කෙනෙකුගෙන් ඇසුවේ ය. ඒ තැනැත්තා ඉංග්‍රීසි වචන ද මිශ්‍ර කරමින් මග කිවූ නමුත් එය අසන්නාට තේරුණේ නැත.
3. සම්මන්ත්‍රණය පැවැත්වෙද් දී විදුලිබලය ඇණ හිටීම නිසා මහජන ඇමතුම් පද්ධතිය අක්‍රිය විය. ඉන් පසු කථකයා කථා කළේ මයික්‍රෆෝනය නොමැති ව ය. පසුපස පේළිවල සිටි අයට කථකයාගේ හඬ පැහැදිලි ව නො ඇසුණි.
4. බස් රියේ යමින් සිටිය දී ලැබුණු දුරකථන පණිවුඩය පැහැදිලි ව නො ඇසුණේ බස් රියේ ශබ්දය නිසා ය.
5. පාඨමාලාවක විෂයයන් තෝරා ගැනීම සඳහා ලැබී තිබුණු උපදෙස් පත්‍රිකාව තේරුම් ගැනීමට අපහසු වූයේ, එහි යොදා තිබුණු සංකීර්ණ වචන නිසා ය.

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියකට අදාළ ව මෙවැනි අවස්ථා ඕනෑ තරම් සොයා ගත හැකි ය. මේ සියල්ලෙන් අදහස් වන්නේ විවිධාකාරයේ 'සන්නිවේදන බාධක' පිළිබඳ ව ය.

මේ පෙළපොතේ පළමුවන පාඩමේ දක්වා ඇති ෂැනොන් හා වීවර්ගේ සන්නිවේදනය පිළිබඳ ගණිතමය සූත්‍රයේ දක්වා ඇති 'ඝෝෂා' යන්නෙන් අදහස් වන්නේ ද සන්නිවේදන බාධක ම ය. එයට වඩාත් ම යෝග්‍ය වන්නේ 'බාධක' යන යෙදුම ය.

ඉහත දැක් වූ විවිධ සිද්ධි පරීක්ෂණයෙන් අධ්‍යයනය කළ විට පෙනෙන්නේ, ඒවා මූලික වශයෙන් වර්ග දෙකක් යටතේ ගොනු කරන්නට හැකි බවයි.

1. අර්ථ බාධක (Semantic Noise)

අර්ථ බාධක යන්නෙන් අදහස් වන්නේ සන්නිවේදකයා විසින් එවන ලද සන්දේශය ග්‍රහණය කර ගත හැකි නමුත්, එය ඒ ආකාරයෙන් ම අර්ථ ගැන්වීමට ග්‍රාහකයාට නොහැකි වීමට ඇති වන බාධකයි. සන්නිවේදකයා යොදා ගෙන ඇති භාෂාව හෝ භාෂා රටාව හෝ භාෂා විලාසය හෝ ග්‍රාහකයාට නො ගැළපීම, ග්‍රාහකයාගේ තේරුම් ගැනීමේ හැකියාව අඩු වීම, යොදා ගෙන ඇති යම් යම් සංකේත හෝ වචන හෝ විවිධාර්ථ සහිත වීම ආදිය උදාහරණ සේ දක්වන්නට පුළුවන.

2. මාධ්‍ය බාධක (Media Noise)

මාධ්‍ය බාධක යන්නෙන් තාක්ෂණික බාධක අදහස් වේ. එනම් සන්නිවේදකයාගේ සිට ග්‍රාහකයා දක්වා සන්දේශය ගමන් කිරීමට යොදා ගන්නා මාධ්‍යයේ කුමන හෝ ස්ථානයක දී එම ගමනට ඇති විය හැකි යාන්ත්‍රික හෝ යාන්ත්‍රික නොවන බාධක මාධ්‍ය බාධක ලෙස සැලකේ. දුරකථනයේ සංඥා අපැහැදිලි වීම, රූපවාහිනිය නරඹද්දී ඇන්ටෙනාව සෙලවීම හෝ විදුලි බලය ඇන හිටීම, ෆැක්ස් පණිවුඩයේ අකුරු අපැහැදිලි ව මුද්‍රණය වී තිබීම, ඈත සිට කථා කළ නිසා හඬ නො ඇසීම ආදිය උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකි ය. පරිසරයේ ඇති වන විවිධ වෙනස් වීම් ද අවසානයේ දී සන්දේශයේ නිදහස් ගමනට බාධාකාරී වන්නේ නම් එය ද මාධ්‍ය බාධකයක් ලෙස සැලකේ. එබැවින් මාධ්‍ය බාධක තුළ තාක්ෂණික හා පාරිසරික බාධක සියල්ල අන්තර්ගත කළ හැකි ය.

යම් සන්නිවේදන කාර්යයකට අදාළ ව ඇති විය හැකි සන්නිවේදන බාධක පිළිබඳ ව මුලින් ම කල්පනා කළ යුත්තේ සන්නිවේදකයා ය. එයට හේතුව සන්නිවේදන අරමුණ ඇති වන්නේ ද, සන්දේශය සැලසුම් කරන්නේ ද, මාධ්‍ය තෝරා ගන්නේ ද ග්‍රාහකයා පිළිබඳ ව නිශ්චය කරන්නේ ද සන්නිවේදකයා බැවිනි. ඒ අනුව මෙම බාධක පිළිබඳ ව පූර්ව අධ්‍යයනයක් කිරීම සන්නිවේදකයාගේ වගකීමකි. විශාල පිරිසක් සමග කෙරෙන සන්නිවේදනයේ දී බාධක අවම කර ගත හැකි නමුත් බාධක ඉවත් කර ගත නොහැකි ය. එයට හේතුව බොහෝ දෙනාට පොදුවේ සකස් කරනු ලබන සන්දේශය එක් එක් තැනැත්තාට යම් යම් ආකාරයකට නොගැළපෙන්නට පුළුවන් වීම ය. එහෙත් ද්වි පුද්ගල සන්නිවේදන කාර්යයේදී බාධක ඉවත් කර ගැනීමට සන්නිවේදකයා දක්ෂ විය යුතු ය. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සාර්ථක වන්නේ බාධකවලින් තොර වූ විට ය.

1.5 දොරටුපාල සංකල්පය (Gatekeeper Concept)

දොරටුපාලගේ කාර්යය වන්නේ යම් දොරටුවකින් එහා මෙහා යන අය පාලනය කිරීමයි. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී දොරටුපාල ගේ කාර්යය වන්නේ සන්නිවේදකයාගේ සිට ග්‍රාහකයා වෙත යන සන්දේශය පාලනය කිරීමයි. පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. පන්තියේ කිහිප දෙනකු විවේක කාලයේ දී රණ්ඩු වී ඇත. ඒ පිළිබඳ ව පන්තිය භාර ගුරුතුමිය විසින් විමසූ විට ඇයට ඒ පිළිබඳ නිසි පිළිතුරක් කිසිවකුගෙන් නො ලැබිණි.
2. නිසි පරිදි පාසල් නො එන ශිෂ්‍යයන්ට විභාගයට පෙනී සිටීමට නොහැකි වන බව විදුහල්පතිතුමා විසින් ගුරු මණ්ඩල රැස්වීමේ දී දන්වන ලද අතර, ගුරුවරුන් එය පන්ති කාමරයේ දී ප්‍රකාශ කළේ, නිසි පරිදි පාසල් එන ශිෂ්‍යයන්ට පමණක් විභාගයට පෙනී සිටීමට හැකි වන බවයි.
3. රටේ එක් පෙදෙසක ඇති වී තිබෙන ජනවාර්ගික නොසන්සුන්තාවක් පිළිබඳ ප්‍රවෘත්තිය පළ කිරීමේ දී දිනපතා පුවත්පතක ප්‍රාදේශීය ප්‍රවෘත්ති කර්තෘ විසින් එය වෙනස් කරන ලදි. එහි සඳහන් වූයේ පාරක් තැනීම පිළිබඳ ව මහජන විරෝධතාවක් ඇති වී තිබෙන බව පමණකි.
4. ඇමරිකාවේ ලෝක වෙළෙඳ මධ්‍යස්ථානය විනාශ වීමට අදාළ ජනයා මියගිය ආකාරය දැක්වෙන ඡායාරූප පළ කිරීමෙන් වැළකී සිටීමට, ඇමරිකාවේ සියලු ජන මාධ්‍ය ආයතන කටයුතු කළහ.
5. එක් කර්මාන්තශාලාවක පහළ ශ්‍රේණියේ කම්කරුවන් අතර බලවත් නොසන්සුන්කමක් පැතිර ඇති අතර, ඒ පිළිබඳ තොරතුරු එහි අංශ ප්‍රධානීන් විසින් ආයතන ප්‍රධානීන්ට ඉදිරිපත් කරන ලද්දේ එය සුළු සිද්ධියක් ලෙස දක්වමිනි.
6. ව්‍යාපාර සමාගමක රියැදුරු මහතකුට එරෙහි ව එහි පාලකයාට ලැබුණු ලිපියක ඇතුළත් විස්තර කිසිවක් එම රියැදුරු මහතාට නො දැන්වූ අතර, ඔහුගේ ගමන් බිමන් පිළිබඳ ව පමණක් ප්‍රශ්න කරන ලදි.

මෙවැනි සිද්ධි අධ්‍යයනය කිරීමෙන් පෙනී යන්නේ, යම් යම් සන්දේශ පාලනය කිරීමේ අවශ්‍යතාව යම් යම් අවස්ථාවල ඇති වන බවයි. සමහර විට එය යහපත් චේතනාවෙන් කරන්නක් විය හැකි ය. එසේත් නැතිනම් අයහපත් චේතනාවෙන් කරන්නක් ද විය හැකි ය. ඒ කෙසේ වෙතත් මෙහි දී අනාවරණය වන්නේ, සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ යම් ස්ථානයක දී දොරටුපාලයෙකු විසින් එම සන්දේශයේ අන්තර්ගතය හෝ එම ගමන් මාර්ගය හෝ එම ගමනාන්තය හෝ පාලනය කරන්නට කටයුතු කරනු ලැබීමට හැකි බව ය. එය වැළැක්විය හැක්කක් නො වේ.

විශේෂයෙන් මේ සම්බන්ධයෙන් අවධානය යොමු වන්නේ ජන මාධ්‍යයේ දී ය. එනම් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය මගින් ප්‍රවෘත්ති විකාශය කිරීමේ දී ය. ජන මාධ්‍යයට ඇති සාමාජීය වගකීම, මාධ්‍ය ආයතනයේ අරමුණු, පවත්නා සාමාජීය තත්ත්වය ආදි විවිධ හේතූන් මත මේ ආකාරයෙන් දොරටුපාල සංකල්පය ක්‍රියාත්මක විය හැකි ය. ඒ හැර අපගේ ජීවිතයේ බොහෝ අවස්ථාවල අප ද දොරටුපාලයන් ලෙස කටයුතු කරන බව අමතක නොකළ යුතු ය. අපට ලැබෙන සියලු තොරතුරු අප අන්‍යයන් වෙත ලබා

දෙන්නේ නැති අතර, අන්‍යයන්ට ලැබෙන සියලු තොරතුරු අප වෙත ලබා දෙන්නේ ද නැත. එසේ කිරීම ද සන්නිවේදනයේ අවශ්‍යතාවකි.

සංවිධානයක් තුළ දී ද සන්නිවේදන කාර්යයේ දී දොරටුපාල සංකල්පය නිරන්තරයෙන් ක්‍රියාත්මක වේ. ඉහළ සිට පහළට ද, පහළ සිට ඉහළට ද, සමාන්තර ව ද සිදු වන සන්නිවේදනයේ දී තමන්ට ලැබෙන තොරතුරු පාලනය කර අනෙක් පාර්ශ්වයකට ලබා දීම සිදු වේ.

සමස්තයක් වශයෙන් ගත් කළ සන්නිවේදන කාර්යයේ දී ග්‍රාහකයා වෙත නොපමාව ලැබෙන සන්දේශය නිසා ඇති විය හැකි චර්යාව පාලනය කිරීම දොරටුපාලගේ අරමුණ බව පෙනේ.

1.6 සන්නිවේදන වර්ගීකරණය, ස්වභාව හා අවශ්‍යතාව

සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන පාර්ශ්ව දෙකක් සිටින බව ඔබ දැනටමත් දන්නෙහි ය. එනම් සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා ය. මානව සමාජය ගත් විට එය සෑදී ඇත්තේ පුද්ගලයන්ගේ එකතුවක් ලෙසිනි. සමාජය පවත්වා ගෙන යාමේ දී මෙම පුද්ගලයන් අතර සන්නිවේදන ගනුදෙනුව අත්‍යවශ්‍ය වේ. මුලින් ම පුද්ගලයා තුළ ඇති වූ සිතීමේ හැකියාව නිසා සන්නිවේදනය ආරම්භ වූයේ පුද්ගලයා තුළින් ම බව පෙනී යයි. මේ නිසා සන්නිවේදනය වර්ගීකරණය කිරීමේ හොඳ ම පදනම වන්නේ, සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය සඳහා දායක වන පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව පාදක කර ගෙන එය වර්ග කිරීමයි.

පහත සඳහන් අවස්ථා කිහිපය අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ගං ඉවුරක හිඳ ගෙන සිටින කෙනකු ගංගාව දෙස බලා සිටී. ඒ තැනැත්තා කරන්නේ කුමක් ද? ඇස්වලින් බලා සිටීම පමණක් ද? ඇස් යනු තොරතුරු ලබා ගැනීමට යොදා ගත හැකි ද්වාරයකි. ඇස්වලින් ලැබෙන ගංගාවේ දර්ශනය පාදක කර ගෙන ඒ තැනැත්තා කොතරම් දේ තනි ව සිතනවා විය හැකි ද? එසේත් නැතිනම් ගංගාව අද්දරට වී ඒ තැනැත්තා ඇස් දෙක වසා ගෙන ගංගාවේ දිය ගලා යන හඬට සවන් දෙමින් කල්පනාවේ යෙදී සිටිනවා විය හැකි ය.
2. උදයේ අවදි වන ඔබ මුළුතැන්ගෙයට යන විට ඔබගේ මව හෝ පියා හෝ හමු වෙයි. කතා කරයි. අදහස් හුවමාරු කර ගනියි.
3. පාසලට යාමට පිටත් වන ඔබ බස් රථයේ බොහෝ දෙනා අතර හිඳිමින් කිහිප දෙනෙකු සමග පමණක් කතා කරමින් යයි. තවත් බොහෝ දෙනා සිටියත් ඔවුන් සමග ඔබගේ කතා බහක් නැත.
4. පාසලේ දී විදුහල්පතිතුමා/තුමිය උදය රැස්වීමේ දී ඔබ සියල්ලන් අමතා, ඉගෙනීම සාර්ථක කර ගැනීමට අවශ්‍ය උපදෙස් ලබා දෙයි. දෙනෙතින් ඒ දෙස බලා ගෙන, දෙසවනින් එය අසා ගෙන සිටින ඔබ ඒ අතර තනි ව සිතයි. රැස්වීම අවසාන වී යන ගමන් ඔබ මිතුරකු සමග කතා කරමින් යයි.
5. පාසලේ දී පුවත්පත කියවීමට ඔබට අවස්ථාව ලැබෙයි. ඔබ මෙන් තව කී දෙනෙක් එදින පුවත්පත කියවනවා ඇද්ද? පුවත්පත සම්පාදනය කරන ලද මාධ්‍යවේදීන් සමග ඔබගේ ගනුදෙනුව ඇති වන්නේ පුවත්පත කියවීම මගිනි.

6. බස් රථයේ යන ඔබට ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන්නට හැකි වේ. ශ්‍රී ලංකාවේ කොපමණ ජනකායක් එසේ ඒ වෙලාවේ ගුවන්විදුලියට සවන් දෙනවා ඇද්ද? ගුවන්විදුලි මාධ්‍යවේදීන් සමග ඔබගේ ගනුදෙනුව ඇති වන්නේ එයට සවන් දීමෙනි.
7. සැන්දෑවේ නිවසේ දී ඔබට රූපවාහිනිය මගින් එංගලන්තයේ පැවැත්වෙන ක්‍රිකට් තරගයක් නරඹන්නට අවස්ථාව ලැබේ. එය නරඹන්නේ ඔබ පමණක් ද? එසේත් නැතිනම් ශ්‍රී ලංකාවේ අය පමණක් ද? නරඹන්නන් අතර සම්බන්ධයක් තිබේ ද? රූපවාහිනී වැඩසටහන විකාශ කරන්නෝ තම වැඩසටහන නරඹන්නේ කවුරුන් ද නොදනී.

ඉහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කිරීමේ දී ඔබට අවබෝධ විය යුත්තේ, සන්නිවේදනය වර්ගීකරණය කිරීම ද සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව මත රඳා පවතින බවයි.

මෙම සන්නිවේදන අවස්ථා සමාජයේ පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය වේ. කෙබඳු සන්නිවේදන අවස්ථාවකට අපට සම්බන්ධ වන්නට සිදු වේ දැයි අපට ම කිව නොහැකි ය. එහෙත් ඔබ තුළ සන්නිවේදන නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගෙන ඇත්නම්, ඒ ඕනෑ ම අවස්ථාවක එම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වීමට ඔබට අවකාශය ලැබේ.

මෙහි දී අවබෝධ කර ගත යුතු කරුණ නම්, සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව අනුව එම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ සුවිශේෂතා ඇති වන බවයි. ඒ ඒ සුවිශේෂතා අධ්‍යයනයකින් තොර ව සන්නිවේදන නිපුණතා අත්පත් කර ගත නොහැකි ය. සන්නිවේදන වර්ගීකරණය මූලික වශයෙන් අධ්‍යයනය කිරීම අවශ්‍ය වන්නේ ඒ නිසා ය.

පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව අනුව සන්නිවේදනය වර්ග කිරීමේ දී පහත සඳහන් වර්ගීකරණය ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

1. යම් පුද්ගලයකු තමන් සමග ම කරනු ලබන සන්නිවේදනය අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය (Intra - personal Communication) යනුවෙන් ද,
2. පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු අතර හෝ කිහිප දෙනෙකු අතර සිදුවන සන්නිවේදනය අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය නැතහොත් පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය (Inter-personal Communication) යනුවෙන් ද,
3. විශාල පිරිසක් සමග කෙරෙන සන්නිවේදනය සමූහ සන්නිවේදනය (Group Communication) යනුවෙන් ද,
4. පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය පාදක කර ගෙන නොදන්නා අති විශාල පිරිසක් සමග කෙරෙන සන්නිවේදනය ජන සන්නිවේදනය (Mass Communication) යනුවෙන් ද හැඳින්වේ.

1.7 අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය

කෙනෙකු තමා සමග ම සන්නිවේදනයෙහි යෙදීම අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය යනුවෙන් ඉතා සරල ව දැක්විය හැකි ය. එය සිදු වන්නේ කෙසේ ද? එක හේතුවක් නම් පුද්ගලයා තුළ ඇති මතකය අවදි වීමයි. මේ නිසා තමන් සිටින අවස්ථාවට අදාළ නො වන වෙනත් කාරණයක් ගැන සිතන්නට පුද්ගලයාට හැකි වේ. ඔබ බස් රියක යන අවස්ථාවක් සිහියට නගා ගන්න. එසේත් නැති නම් නිවසේ දී ආහාර ගන්නා වේලාවක් ගැන සිතන්න. එසේත් නැති නම් පන්තියේ යම් පාඩමක් කෙරෙන වේලාවක් ගැන සිතන්න. එම අවස්ථාවන්ට කිසිසේත් අදාළ නො වූ සිද්ධියක් ඔබට සැණෙකින් මතක් වන්නට පුළුවන. ඔබ එය කිසිවෙකුට කියන්නේ නැත. එහෙත් එය මතක් වීමේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ඔබගේ සිතෙහි දුකක් හෝ සතුටක් හෝ ඇති වන්නට පුළුවන. එවිට එම දුක හෝ සතුට හෝ ඔබගේ චර්යාවෙන් ප්‍රකට වේ. එක්කෝ ඔබ තනි ව සිනහසෙයි. එසේත් නැති නම් කටට ගන්නට ගිය බත් පිඩ නැවත පිඟාන මත හෙලා හිස් බැල්මෙන් බලා සිටී.



1.2 රූපය - අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය

දෙවනුව පුද්ගලයා මුහුණ දෙන ඒ ඒ අවස්ථාවට අනුකූල ව පංචේන්ද්‍රිය මගින් ලබා ගන්නා සන්දේශවලට ප්‍රතිචාර දැක්වීමෙන් තමා සමග කතා කරයි. උදාහරණයක් වශයෙන් පාර හරහා ගමන් කරන්නට යන ඔබ හදිසියේ වාහනයක් එනු දකියි. ඒ මොහොතේ ඔබ, ඔබ සමග කතා කර තීරණයකට එළඹේ. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ඔබ පාර මැද නතර වී වාහනයට යන්නට ඉඩ දෙයි. එයට ගත වන්නේ නිමේෂයකි.

අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය පුද්ගලයකුගේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ ඉතා ඉහළ තැනක් අත්පත් කර ගනියි. පුද්ගලයකුගේ තීරණ ගැනීමේ ක්‍රියාවලිය සම්පූර්ණයෙන් ම රඳා පවතින්නේ ඒ පුද්ගලයාගේ සිතීමේ හැකියාව මත ය. තීරණ ගැනීම සඳහා කාලයක් ලැබෙන්නේ නැත. සැණෙකින් තීරණයක් ගත යුතු ය. එය සිදු වන්නේ කෙසේ ද? අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය මගිනි.



1.3 රූපය - අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනයේ තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිතය

1.8 පුද්ගලයාගේ මනෝ භාවයන් හා අන්තර් ක්‍රියා

මොළය වර්ධනය වීම නිසා සිතිවිලි (Thoughts) හට ගනී. පංචේන්ද්‍රිය සිතිවිලි සමග සිදුවන අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වයෙන් හැඟීම් (Feelings) උපදී. එම හැඟීම් විවිධ වන්නට පුළුවන. පුද්ගලයකු වෙතින් චර්යාවක් (Behaviour) ප්‍රකට වන්නේ එබැවිනි. කෙනෙකුගේ සිතේ සතුටක් උපදී. එම සතුට සිතිවිලි සමග අන්තර් ක්‍රියාකාරිත්වයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් එය ශාරීරික චර්යාවකින් ප්‍රකට වේ. කුඩා දරුවකු උඩ පනිමින් සිනහසෙන්නට පුළුවන. වැඩිහිටියකු මුවෙහි සිනහවක් දක්වන්නට පුළුවන. තවත් කෙනෙකු අත්පුඩි ගසන්නට පුළුවන. තවත් කෙනකු මහත් හඬින් සිනහසෙමින් දෙ අත් ඔසවන්නට පුළුවන. මේ විවිධ අන්තර් ක්‍රියා මනෝ භාවයන් මත රඳා පවතී.

පුද්ගලයන්ගේ මනෝ භාවයන් අතර සමානත්වයක් නැත. එය පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට විවිධ ය. සතුට දැක්වීමේ සමාන චර්යාවක් ද දැක්විය නොහැකි ය. කෙනෙක් සතුටට පත් වූ විට හිස සෙලවීමෙන් පමණක් එය ප්‍රකට කරන්නට පුළුවන. කෙසේ වෙතත් මේ සියලු චර්යාවන් සන්නිවේදනාර්ථ සහිත ය.

තමා සමග ම කෙරෙන සන්නිවේදනය චර්යාවක් වශයෙන් ප්‍රකට කිරීමේ දී එහි විවිධ ස්වරූප දකින්නට පුළුවන. පහත සඳහන් උදාහරණ අධ්‍යයනය කරන්න.

1. කෙනෙක් තනි ව කතා කිරීම හෝ සිනහසීම හෝ ඇඬීම
2. කවියක් ලිවීම
3. චිත්‍රයක් ඇඳීම හෝ බලිකුරුටු ගෑම
4. කඩදාසියක් පොඩි කිරීම
5. අතේ ඇති යමක් බිමට විසි කර දැමීම
6. හිස් බැල්මෙන් යුතු ව බලා සිටීම

1.9 උත්තේජන - ප්‍රතිචාර ස්වභාව

මව ගෙදර එනු කුඩා දරුවා දකී. ඔහු සිනහමුසු මුහුණින්, මහත් සතුටින් හඬ නගමින් මව වෙත දුව යයි. මෙහි දී දරුවා විසින් ඇස් මගින් ලබා ගන්නා ලද සංඥා නිසා උත්තේජනයට ලක් වන අතර, සිනහමුසු මුහුණින්, කෑ ගසමින් මව වෙත දිව ගෙන යාම එම උත්තේජනයට දක්වන ප්‍රතිචාරයයි.

පුද්ගලයා බාහිරින් විවිධ සන්දේශ ලබා ගන්නේ සිය පංචේන්ද්‍රිය මගිනි. ඇස මූලික කර ගෙන රූප සංඥා ද, කන මූලික කර ගෙන ශබ්ද සංඥා ද, දිව මූලික කර ගෙන රස සංඥා ද, නාසය මූලික කර ගෙන ගන්ධ සංඥා ද, සම මූලික කර ගෙන ස්පර්ශ සංඥා ද ග්‍රහණය කර ගනී. මේ සංඥා නිසා ඇති වන උත්තේජනයට ප්‍රතික්‍රියා දැක්වීම මනුෂ්‍යයාගේ ස්වාභාවික පුරුද්දකි.

උදාහරණයක් ලෙස තම මව ගෙදර නැති විට අඬමින් සිටින සිඟිත්තකු, මව ගෙදර එනු දුටු විට ඇඬීම නවතා මව වෙත දුව යයි. මෙහි දී සිදු වන්නේ දරුවා තුළ මව දැකීම හේතු කොට ගෙන ඇති වන උත්තේජනය නිසා දරුවා තුළ ඇති වන මනෝ භාව අනුව ප්‍රතිචාරයක් සිදු වීමයි. මෙයින් පැහැදිලි වන්නේ පුද්ගලයා විවිධ මනෝ භාවයන් පදනම් කර ගෙන ප්‍රතිචාර දක්වන බවයි.

කනට මිහිරි ශබ්දයක් ඇසෙන විට ප්‍රිය ජනක උත්තේජනයක් ඇති වීම සාමාන්‍ය ස්වභාවයයි. එහෙත් දුකින් සිටින කෙනකු තුළ එම මිහිරි ශබ්දය නිසා ප්‍රියජනක උත්තේජනයක් ඇති නොවන්නට පුළුවන. ඇස උපයෝග කර ගෙන යමක් දැකීමේ දී ඇති වන උත්තේජනය අනුව එයට ප්‍රතිචාර දැක් වේ. පියකරු දර්ශනයක් දුටු විට ප්‍රතිචාරය වන්නේ සතුට ප්‍රකාශ කිරීමයි.

උත්තේජන ප්‍රතිචාර සිද්ධාන්තය වෙළෙඳ දැන්වීම්වල දී ද මනා ව යොදා ගැනේ. රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීමක ඉතා ආකර්ෂණීය ලෙස ඉදිරිපත් කරන චොක්ලට් එකක මතකය ඔබගේ සිතේ රඳා පවතී. එවැනි චොක්ලට් එකක් කෑමට ඔබ තුළ ආසාවක් ඇති ව පවතී. යම් අවස්ථාවක ඔබ වෙළෙඳ සැලකට ගිය විට මතකය අවදි වී චොක්ලට් එකක් මිල දී ගැනීමට පෙලඹේ. ඔබ තුළ ඇති කරන ලද උත්තේජනයේ ප්‍රතිචාරය වන්නේ, ඔබ විසින් චොක්ලට් එකක් මිල දී ගැනීමයි.

මෙයින් අප තේරුම් ගත යුත්තේ ස්වාභාවික ආකාරයෙන් මෙන් ම කෘත්‍රිම ආකාරයෙන් ද උත්තේජන ප්‍රතිචාර කාර්යය සිදු විය හැකි බවයි.

1.10 සිතුවිලි හසුරුවා ගැනීම

සිතුවිලි හැඟීම් හා චර්යාව එකිනෙක සම්බන්ධ වේ. මෙහි දී හැඟීම් මුලින් ඇති වන්නේ ද සිතුවිලි මුලින් ඇති වන්නේ ද යන්න පිළිබඳ ව තර්කයක් පවතී. ඒ කෙසේ වුවත් සිතුවිලි හා හැඟීම් අවස්ථානුකූල ව මිනිස් සිතෙහි ඇති වන බව අප කවුරුත් අත්දැකීමෙන් දන්නා දෙයකි.

මනුෂ්‍යයා හා තිරිසන් සතුන් අතර වෙනස්කම ඇති වන්නේ සිතුවිලි හසුරුවා ගැනීමේ ස්වභාවය අනුව ය. සතුන්ගේ චර්යාව පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාවක් ඔවුන්ට නැත. අඳුරේ කිසියම් ශබ්දයක් ඇසුණු විගස බල්ලකු බුරන්නට පටන් ගනී. එය පරිසරයෙන් ඇති වූ ශබ්දයට ප්‍රතිචාරයකි. එය ඉවකි. එහෙත් මනුෂ්‍යයා එයට වඩා වෙනස් ය. මනුෂ්‍යයාගේ ඇත්තේ පරිණත වූ සිතුවිලි ය. වර්ග කළ හැකි හැඟීම් ය. එම සිතුවිලි හා හැඟීම්වල ප්‍රතිඵල වශයෙන් ඇතිවිය හැකි යම් චර්යාවක් පාලනය කර ගැනීමේ හැකියාව මනුෂ්‍යයාට තිබේ.

මෙහි දී පාලනය කර ගත යුත්තේ සිතුවිලි ද, හැඟීම් ද, චර්යාව ද යන ප්‍රශ්නය පැන නඟී. කෝපය නම් වූ හැඟීම ඉබේ උපදින්නේ නැත. එයට අදාළ ව සිතුවිලි ගොඩ නැඟිය යුතු ය. මෙය වෙන් වෙන් ව සිදු නොවන අතර ම, සිතා ගත නොහැකි තරම් වේගයෙන් සිදු වේ. චර්යාව ප්‍රකට කෙරෙනුයේ ඉන් පසු ව ය.

සිත නිසි පරිදි හසුරුවා ගත හැකි නම් කෝපය ඉපදීම පාලනය කර ගත හැකි වෙයි. එවිට චර්යාව ඉබේ ම පාලනය වේ. එහෙත් මනුෂ්‍යයාගේ දුර්වලකම නිසා සිතුවිලි හසුරුවා ගැනීම අසීරු වේ. අවම වශයෙන් තමන් තුළ ඇති වූ කෝපය චර්යාවක් වශයෙන් ප්‍රකට නොකර පාලනය කර ගත හැකි නම්, ඒ නිසා නැවත සිතුවිලි සකසා ගන්නට අවස්ථාවක් ලැබේ.

සියලු ආගම්වල මනුෂ්‍යයාගේ සිතුවිලි පාලනය කිරීම හෝ හසුරුවා ගැනීම ගැන උපදෙස් ලබා දී ඇති බව අමතක නො කළ යුතු ය. කෝපයට පත් වූ විට අප කෑ ගසා උස් හඬින් කතා කරන්නට පෙලඹෙන්නට පුළුවන. එය හසුරුවා ගැනීමේ හැකියාවක් අප තුළ තිබිය යුතු ය. වඩාත් හොඳ වන්නේ කෝපය ඇති කර නොගැනීමයි. එසේ කළ හැක්කේ සිතුවිලි හසුරුවා ගැනීමෙනි. මිනිස් මනසේ සාමාන්‍ය ස්වභාවය වන්නේ විවිධ

සිතුවිලි චිත්තාවේග බවට පත් වීමයි. උගත් තැනැත්තාට තම චිත්තාවේග හසුරුවා ගැනීමේ හැකියාවක් ලැබේ. ඔබ ද ඔබේ චිත්තාවේග හසුරුවා ගැනීමට, පාලනය කර ගැනීමට දක්ෂ විය යුතු ය.

1.11 සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ ආරම්භය

ඕනෑ ම කෙනෙකුගේ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ආරම්භ වන්නේ අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනයෙනි. මතක තබා ගැනීමේ හැකියාව හා ස්මරණ හැකියාව එයට බලපායි. ඔබ සභාවක් ඉදිරියේ කථාවක් පවත්වනවා යැයි සිතන්න. දිගට ම කථා කරන්නට අවශ්‍ය කරුණු අඛණ්ඩ ව මුවට ගලා ගෙන එන්නේ කෙසේ ද? එහි දී සිදු වන්නේ අපට සිතා ගන්නට බැරි තරම් වේගයෙන් අපගේ මතකය අවදි වී, අවශ්‍ය කරුණු ස්මරණය කරගැනීමට හැකි වීමයි. එපමණක් නොව අවශ්‍ය කරුණු තෝරා බේරා ගැනීම ද, ඒවා ඉදිරිපත් කරන ආකාරය හැඩගස්වා ගැනීම ද කතා කරන අතර ම සිදු වේ. එසේ කළ නොහැකි වුවහොත් කතාව අතරමග නතර කර බලා සිටින්නට සිදු වේ.

විභාගයකට ගිය විට පිළිතුරු ලියන්නේ කෙසේදැයි කල්පනා කර බලන්න. ඔබගේ මතකය අවදි කරන්නට සිදු වේ. ඔබ දන්නා සියල්ල ලියන්නේ නැත. ස්මරණය කර ගැනීම, කරුණු තෝරා බේරා ගැනීම හා ඒවා ඉදිරිපත් කරන ආකාරය හැඩගස්වා ගැනීම යන කාර්යයන් තුන ම ඉතා වේගයෙන් සිදු කළ යුතු ය. නියමිත වේලාවට විභාගයට පිළිතුරු ලියා නිම කළ හැකි වන්නේ, ඒ අනුව ය.

1.12 අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනයේ විශේෂතා

පුද්ගලයකුගේ සන්නිවේදන කාර්යය ආරම්භ වන්නේ අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනයෙනි. එය පුද්ගලයාගේ අත්දැකීම් පසුතලය මත ගොඩ නැගෙන්නෙකි. එසේ ම ඒවා නිසි ලෙස සිතෙහි ගබඩා කර තබාගෙන, අවශ්‍ය විටෙක ස්මරණය කිරීමට පුරුදු විය යුතු ය. තමා සමග ම කෙරෙන සන්නිවේදනයේ දී ද නිවැරදි ව සිතන්නට හැකි වන්නේ එසේ ප්‍රමාණවත් තොරතුරු තිබීම හා ඒවා ස්මරණය කිරීමේ හැකියාව මත ය. මෙම විශේෂතා පහත ආකාරයට දැක්විය හැකිය.

1. සිතිවිලි හා හැඟීම් මත සන්නිවේදනය සිදු වීම
2. තම දැක්මට අනුව සංකල්ප ක්‍රියාත්මක වීම
3. ආත්ම භාෂණයට ප්‍රමුඛත්වය ලැබීම
4. තමා තුළ පවතින මතකය අනුව සන්නිවේදනය සිදුවීම
5. තමාගේ අර්ථකථනයට අනුව සන්නිවේදනයෙහි යෙදීම
6. පුද්ගල තීරණ ගැනීමේ කාර්යය සිදුවීම

1.13 අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය

පුද්ගලයන් දෙදෙනෙකු හෝ කිහිප දෙනෙකු අතර සිදු වන සන්නිවේදනය අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයයි. මෙය පුද්ගලාන්තර සන්නිවේදනය යන්නෙන් හැඳින්වේ. මුල් කාලයේ දී මෙය හඳුන්වන ලද්දේ මුහුණට මුහුණ ලා කෙරෙන සන්නිවේදනය ලෙසිනි. එහෙත් තාක්ෂණික දියුණුව සමග එය වෙනසකට භාජනය විය. එනම් දුරකථනය වැනි සන්නිවේදන උපකරණයක් යොදා ගෙන කෙරෙන අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී සමීපව මුහුණට මුහුණ ලා සිටීමක් සිදු නො වේ. එහෙත් විද්‍යුත් උපකරණයක් මාධ්‍ය කොට ගත් විට ඔවුන් එකිනෙකාට මුහුණ දී සිටී. එපමණක් නොව අන්තර්ජාලය යොදා ගෙන කිහිප දෙනෙකු සමග කෙරෙන සාකච්ඡා ද අයත් වන්නේ අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයට ම ය. සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර ක්‍රියාවලිය අන්‍යෝන්‍ය වශයෙන් සිදු වීම අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී සිදුවේ.

1). දෙදෙනකු අතර සිදු වන බව

දෙදෙනකු කතා බහෙහි යෙදී සිටින අවස්ථාවක් නිරීක්ෂණය කරන්න. කිසිවකු කතා කරන විට අනෙක් අය අසා සිටී. අසා සිටින්නන් අතරින් ද කෙනෙක් කතා කරන්නට පුළුවන. එවිට සන්නිවේදකයා ග්‍රාහකයා වීම ද, ග්‍රාහකයා සන්නිවේදකයා වීම ද වරින් වර සිදු වේ. එය සන්නිවේදනය ක්‍රියාවලියේ කාර්ය මාරු කරගැනීම ලෙස අර්ථ දැක්වේ. මේ හේතුව නිසා අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ වැදගත් ම අංගයක් වන ග්‍රාහක - ප්‍රතිචාර හා ප්‍රතිපෝෂණ කාර්යය මෙහි දී මැනවින් සිදු වීමයි.

එහෙත් සෑමවිට ම අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී ප්‍රතිචාර සිදු නොවන බවත්, ප්‍රතිපෝෂණය නොලැබෙන බවත් ඔබ විසින් කල්පනාවට ගත යුතු ය. සමහර විට සන්නිවේදකයා කියන දේ ග්‍රාහකයා විසින් අසා සිටින නමුදු, කිසිදු ප්‍රතිචාරයක් නොදක්වන්නට පුළුවන. එහෙත් ඒ නිසා ම සන්නිවේදන කාර්යය අසාර්ථක වන්නේ නැත. උදාහරණයක් වශයෙන් ඔබේ පාසලේ විදුහල්පතිතුමා ඔබට යම් උපදේශයක් ලබා දෙයි. නැති නම් අවවාදයක් කරයි. විදුහල්පතිතුමා නොහොත් සන්නිවේදකයා ඔබගෙන් අපේක්ෂා කරන ප්‍රතිචාරය නම් නිහඬ ව එම උපදෙස් පිළිගැනීම වන්නට පුළුවන. මෙහි දී සන්නිවේදනයේ අරමුණ යමක් දැනුම් දීම පමණක් වන්නට පුළුවන. ඒ නිසා එම දැනුම් දීම ග්‍රහණය කර ගැනීමෙන් සන්නිවේදන කාර්යය සම්පූර්ණ වේ.



1:4 රූපය - මුහුණට මුහුණලා කෙරෙන කතාබහ

2). සාමාජීය පැවැත්මේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් බව



1.5 රූපය - අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය

මනුෂ්‍යයා සාමාජීය ජීවිතයක් ගෙවන්නෙකි. සමාජය බිහි වී තිබෙන්නේ පුද්ගලයන්ගේ එකතුවෙනි. ඔවුන්ගේ අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතාවෙනි. ඔවුන්ට පෞද්ගලික ජීවිතයක් ද, සාමාජීය ජීවිතයක් ද, වෘත්තීය ජීවිතයක් ද තිබේ. ඒ සෑම අවස්ථාවක ම එකිනෙකා සමග අවශ්‍ය පරිදි සම්බන්ධතාව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය නිරතුරුව ම යොදා ගන්නට සිදුවේ. එසේ නොවුවහොත් පුද්ගලයා හුදකලා වේ.එසේ හුදකලාව සිටින්නට කිසිවකු සාමාන්‍යයෙන් කැමති නැත. පහත දැක්වෙන අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. නිවසේ දී ඔබට මව, පියා, සහෝදර සහෝදරියන් සමග ද වෙනත් ඥාතීන් සමග ද සන්නිවේදනයෙහි යෙදෙන්නට සිදු වේ.
2. ඔබගේ ගමේ පැවැත්වෙන කිසියම් සංස්කෘතික උත්සවයකට ඔබට සහභාගි වන්නට සිදු වේ. එවිට ඔබ දන්නා මිතුරු මිතුරියන් මෙන් ම වෙනත් වැඩිහිටියන් ද මුණ ගැසී කතා බහ කරන්නට සිදු වේ.
3. ඔබට පාසලේ දී මිතුරු මිතුරියන් ද, ගුරු මව්වරුන් හා පියවරුන් ද හමු වන්නට සිදු වන අතර ම, ඔබගේ පියාට හා මවට සිය රැකියා ස්ථානවල දී විවිධ අය මුණ ගැසී කතා කරන්නට සිදු වේ.
4. බස් රියකට නැග යාමේ දී ඔබ නොහඳුනන අය ද මුණ ගැසේ. බස් කොන්දොස්තර මහතා ද ඔබ නොදන්නා අයෙක් විය හැකි ය. එහෙත් ඔහු සමග ද කතා කරන්නට සිදු වේ. ඔබට හිඳ ගන්නට සිදු වන්නේ ද නොහඳුනන කෙනෙක් සිටින අසුනක ය. ඒ තැනැත්තා සමග වචනයෙන් කතා නො කළත් සිනහමුසු බවකින් අදහස් හුවමාරු කර ගන්නට සිදු වේ. ඔබගේ එදිනෙදා කාර්යයන් නිසි පරිදි ඉටු කර ගැනීම සඳහා මේ ආකාරයෙන් අන්‍යයන් සමග සන්නිවේදනයෙහි යෙදීම අනිවාර්ය වේ. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය සාමාජීය පැවැත්මේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් බවට පත් වන්නේ ඒ අනුව ය.

3). අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ විශේෂතා

1. සන්නිවේදකයාට හා ග්‍රාහකයාට එකිනෙකා අවබෝධ කර ගනිමින් සන්නිවේදන කාර්යයෙහි නිරත විය හැකි වීම.
2. සාමාන්‍යයෙන් මෙය සමීප ව සිදු වන සන්නිවේදනයක් නිසා එකිනෙකා අතර වඩාත් ක්‍රියාකාරී සම්බන්ධතාවක් ඇති වීම හා බොහෝ සන්නිවේදන මාධ්‍ය භාවිත කළ හැකිවීම.
3. සන්නිවේදකයාගේ අරමුණු මෙන් ම ග්‍රාහකයාගේ ප්‍රතිචාරයන් ද ඒ අවස්ථාවේ දී ම හඳුනාගත හැකි වන නිසා, සන්නිවේදන කාර්යයේ ඵලදායිත්වය ඉහළ යාම.

4. ඍජු ප්‍රතිචාර හා ප්‍රතිපෝෂණය ලබා ගත හැකි නිසා අඛණ්ඩ ව සන්නිවේදන කාර්යය පවත්වා ගෙන යා හැකි වීම.
5. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී ප්‍රමුඛ ව යොදා ගැනෙන වාචික සන්නිවේදනය සමග අවාචික සන්නිවේදනය ද සම්බන්ධ වීම.
6. තාක්ෂණික සන්නිවේදන උපකරණ යොදා ගනිමින්, දූරස්ථ ව ද අන්තර් පුද්ගල සන්නිවේදනය පවත්වා ගෙන යා හැකි බව.
7. අදහස් ප්‍රකාශන හැකියාව, එම අදහස් නිසි ලෙස තේරුම් ගැනීම හෙවත් සංජානනයේ හැකියාව මත අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ සාර්ථක අසාර්ථක භාවය තීරණය වීම.
8. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී භාවාත්මක හැඟීම් ප්‍රකාශ කිරීම වඩාත් සක්‍රිය වීම.
9. යමක් අවධාරණය කරමින් හා විස්තර කරමින්, නැවත නැවත අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමට හැකි වීම.
10. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ දී තමන් වෙත ලැබෙන සන්දේශය වඩාත් පැහැදිලි කර ගැනීමේ පුළුල් අවකාශයක් ග්‍රාහකයා වෙත පැවතීම.

4). අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය සඳහා තාක්ෂණික මෙවලම්

මූලික වශයෙන් අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය සිදු වන්නේ සමීපස්ථ ව වුවත්, නූතනයේ සන්නිවේදනය සඳහා භාවිත කෙරෙන විවිධ මෙවලම් යොදා ගැනීම නිසා දූරස්ථ ව වුව ද අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය සිදු වේ. මෙහි දී යොදා ගැනෙන විවිධ සන්නිවේදන මෙවලම් කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. තැපැල් ලිපි
2. ෆැක්ස් පණිවුඩ
3. දුරකථන (ජංගම හා ස්ථාවර)
4. විද්‍යුත් තැපෑල
5. අන්තර්ජාල දුරකථනය
6. සමාජ ජාල වැනි නව මාධ්‍ය

මේ විවිධ මෙවලම් යොදා ගැනීමේ දී විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප භාවිත වේ. සමහර සන්නිවේදන ස්වරූප මේ තාක්ෂණික මෙවලම් නිසා ම නිර්මාණය වූ ඒවා වේ. එයට හොඳ ම උදාහරණය නම් කෙටි පණිවුඩ (SMS) භාවිතය යි. දුරකථනය යොදා ගැනීමේ දී ඒ සන්නිවේදන කාර්යය ඒ අවස්ථාවේ දී ම සක්‍රීය වන අතර, තැපැල් ලිපි, ෆැක්ස්, විද්‍යුත් තැපෑල, සමාජ ජාල වැනි මාධ්‍ය භාවිතයේ දී සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ සාපේක්ෂව ප්‍රමාදයක් සිදු වේ. එහෙත් අද වන විට මේ හැම ස්වරූපයක් ම අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය සඳහා සමාජය විසින් පුළුල් වශයෙන් භාවිත කරනු ලබයි. මේ නිසා අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ භූගෝලීය සාධක ඉක්මවා ගොස් ඇත.

සාමාජීය පැවැත්මේ අත්‍යවශ්‍ය අංගයක් වශයෙන් අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයට ඇත්තේ ඉතා ඉහළ ස්ථානයකි. එයට හේතුව එය කෙනෙකුගේ එදිනෙදා ජීවිතය සමග සක්‍රීය ලෙස බැඳී පැවතීමයි.

5). ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනය

මෙය යුගල සන්නිවේදනය ලෙස ද හැඳින්විය හැකි ය. අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනයේ මූලික අවස්ථාවක් ලෙස ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනය දැක්විය හැකි ය. එසේ ම කෙනෙකුගේ දෛනික ජීවිතයේ දී ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනයට ප්‍රමුඛ ස්ථානයක් ලැබේ. එයට හේතුව විවිධ කාර්යයන් සඳහා තවත් කෙනකු සමග අදහස් හුවමාරු කර ගන්නට සිදු වීමයි. ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනයේ අවශ්‍යතාව මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. ආදරය, කරුණාව හුවමාරු කර ගැනීමට
2. සමාජශීලීවීමට
3. කාර්යයන් නිම කර ගැනීමට
4. අදහස් හා තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීමට
5. ඉගැන්වීමට හා ඉගෙන ගැනීමට
6. පෙලඹවීමට
7. මානසික පීඩා සමනයට
8. ගැටුම් නිරාකරණයට
9. බලවත් ආවේග පිට කර ගැනීමට
10. සතුට අත්පත් කර ගැනීමට

ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනය සෑම කෙනකුගේ ම ජීවිතයේ සාර්ථකත්වයට අත්‍යවශ්‍ය වේ. මූලික වශයෙන් ගත් විට පවුල නිර්මාණය වන්නේ දෙදෙනෙකුගෙනි. පවුල යනු සමාජයේ මූලික ඒකකය යි. සමාජය තුළ පවුල් සම්බන්ධතා සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක වන්නේ නම්, එම සමාජය සාර්ථක සමාජයක් බවට පත් වේ. මේ නිසා පවුල් සම්බන්ධතාව මූලික වශයෙන් ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනය මත රඳා පවතී.

එයින් බැහැර ව ගත් විට විවිධ අවස්ථාවල දී සෑම කෙනකුට ම ද්විපුද්ගල සන්නිවේදනය යොදා ගන්නට සිදු වේ. පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වෛද්‍යවරයකු හමු වීම
2. බසයේ කොන්දොස්තර සමග කතා කිරීම
3. කොන්දොස්තර මගියකු සමග කතා කිරීම
4. සම්මුඛ පරීක්ෂණයකට සහභාගි වීම
5. බැංකු කවුළුවක දී බැංකු නිලධාරියකු සමග කතා කිරීම
6. පොලිසියට ගොස් පැමිණිල්ලක් කිරීම
7. පාවහන් යුවලක් මිල දී ගැනීම සඳහා පියා හෝ මව හෝ සමග කතා කිරීම

මේ එකිනෙක අවස්ථා අධ්‍යයනය කළ විට පෙනී යන්නේ, ඒ සෑම අවස්ථාවක ම ඔබ සිටින නමුත්, ඒ ඒ අවස්ථාවට අනුව ඔබගේ භූමිකාව වෙනස් වී ඇති බවයි. ඒ නිසා ඔබට වෙනස් භූමිකාවන්ට අනුකූල වන ආකාරයෙන් ඔබගේ සන්නිවේදන විලාසය වෙනස් කර ගන්නට සිදු වේ. ඒ අනුව යොදා ගන්නා භාෂාව, කථන රටාව, අවාචික සන්නිවේදන විධි ආදිය ද වෙනස් කර ගන්නට සිදු වේ.

1.14 සමූහ සන්නිවේදනය

පුද්ගලයන් සමූහයක් අතර සිදුවන සන්නිවේදනය සමූහ සන්නිවේදනය නැතහොත් කණ්ඩායම් සන්නිවේදනය යනුවෙන් සරලව හැඳින්විය හැකි ය. සන්නිවේදන කාර්යය සඳහා සම්බන්ධ වන කණ්ඩායම කුඩා හෝ විශාල විය හැකි ය. සමූහ සන්නිවේදනය සංඛ්‍යාත්මකව සිටින පිරිසක් පමණක් නොව පොදු අරමුණක් ඉටුකර ගැනීම සඳහා එක් වූ පුද්ගල කණ්ඩායමක් ලෙස ද සැලකිය හැකි ය. එම කණ්ඩායමේ නායකයෙක් සිටියි. ඔහු තම කණ්ඩායම මෙහෙය වනවා විය හැකි ය.



1.6 රූපය - සමූහ සන්නිවේදනය

ඔබේ පාසලේ උදය රැස්වීමේ දී විදුහල්පතිතුමා හෝ විදුහල්පතිතුමිය හෝ විසින් කරනු ලබන කතාව ගැන සිතා බලන්න. එහි දී ඔබ සියල්ලන් සවන් දෙන්නන් නොහොත් ග්‍රාහකයන් වන අතර, විදුහල්පතිතුමා/තුමිය කථිකයා හෙවත් සන්නිවේදකයා වේ.

පාසලේ මාධ්‍ය සමාජයේ රැස්වීමක දී කථාවක් පවත්වන ඔබ කථිකයා හෙවත් සන්නිවේදකයා වන අතර, සභාවේ සිටින අනෙකුත් අය සවන් දෙන්නන් හෙවත් ග්‍රාහකයන් බවට පත් වේ.

ක්‍රීඩා උත්සවය සඳහා සූදානම් වන ඔබට නිවාසය භාර ගුරුතුමා විසින් ලබා දෙන උපදෙස්වලට සවන් දෙන්නට සිදු වේ. නිවාසයේ සාමාජික ශිෂ්‍ය ශිෂ්‍යාවෝ එයට සහභාගි වී සිටිති. ඔවුහු විවිධ පන්තිවලින් පැමිණි අය ය. එහි දී නිවාසය භාර ගුරුතුමා කථිකයා හෙවත් සන්නිවේදකයා වන අතර, ඔබ සියලු දෙනා සවන් දෙන්නන් නොහොත් ග්‍රාහකයන් බවට පත් වේ.

පන්තියේ පැවැත්වෙන පාඩමක දී එම විෂයය උගන්වන ගුරුතුමා හෝ ගුරුතුමිය හෝ කථිකයා හෙවත් සන්නිවේදකයා වන අතර, පන්තියේ සිටින ඔබ සියලු දෙනා ම සවන් දෙන්නන් හෙවත් ග්‍රාහකයන් බවට පත් වේ.

මේ සියලු අවස්ථා අධ්‍යයනය කළ විට පොදුවේ පෙනී යන්නේ, මෙහි ඇත්තේ සමූහයක් සමග කෙරෙන සන්නිවේදනයක් බවයි. සමූහයේ තරම, එහි අරමුණු, එහි සංයුතිය ආදිය අනුව එහි විවිධතා තිබෙන්නට පුළුවන. එනම් කුඩා කණ්ඩායම්, විශාල කණ්ඩායම්, කුඩා පිරිසක් හෝ විශාල හෝ විය හැකි ය. එහෙත් මෙහි දී ඔබ ඉගෙන ගත යුත්තේ පොදුවේ සමූහ සන්නිවේදනය යන මූලික සංකල්පයයි.

1). සමූහ සන්නිවේදනයේ ස්වභාව හා විශේෂතා

සමූහ සන්නිවේදනය මානවයා ඈත අතීතයේ සිටම භාවිත කළ ප්‍රබල සන්නිවේදන ක්‍රමයකි. විවිධ අදහස් දරන අය වුවද සාමූහිකව පොදු අරමුණකින් කටයුතු කිරීමට සමූහ සන්නිවේදන ක්‍රමය උපකාරී වේ. මෙහි පවතින විශේෂතාවන් කරුණු කිහිපයක් යටතේ සාකච්ඡා කළ හැකි ය.

1. සන්නිවේදකයා එක් අයෙක් වන අතර, ග්‍රාහකයන් සමූහයක් වන නිසා, ඔවුන් විවිධ වන්නට පුළුවන.
2. සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයන් අතර සම්බන්ධතාව යම් ප්‍රමාණයක දුරස්ථ භාවයක් ගනී. සමූහයේ ප්‍රමාණය වැඩි වන විට එම දුරස්ථ භාවය ද වැඩි වේ. එහි සමීපස්ථ භාවයක් ඇති කර ගත හැක්කේ, සමූහ සන්නිවේදනය අතර අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය යොදා ගැනීමෙනි.
3. සමූහ සන්නිවේදනයේ දී කථකයා ප්‍රමුඛ වන අතර, ග්‍රාහකයන් ද්විතීය වේ. එහෙත් ග්‍රාහකයන් සංඛ්‍යාව වැඩි නිසා ඔවුන්ගේ බලය වැඩි ය. මේ නිසා කථකයාට මේ සියලු ග්‍රාහකයන් යටපත් කර ගැනීමේ හැකියාවක් තිබිය යුතු ය.
4. සමූහයේ සිටින සියල්ලන්ට පොදු වන සේ මාධ්‍ය භාවිත කරන්නට සන්නිවේදකයාට සිදුවේ.
5. ග්‍රාහකයන් විවිධ අත්දැකීම් සහිත අය වූ විට, කථකයා විසින් ඉදිරිපත් කරන සන්දේශය විවිධ ආකාරයෙන් අර්ථ කථනය කර ගැනීමට යොමු විය හැකිය.
6. ග්‍රාහකයන්ගේ හෙවත් සම්මුඛ ශ්‍රාවකයන්ගේ අවධානය යොමු කර ගැනීමට ආකර්ෂණීය ලෙස සන්නිවේදන කාර්යයේ යෙදෙන්නට කථිකයාට සිදු වේ.
7. සමූහ සන්නිවේදනයට දායක වන කථිකයා සමූහයට මැනවින් ප්‍රදර්ශනය වන නිසා, කථිකයාගේ ඇස් සම්බන්ධතාව, අවාචික සන්නිවේදන විධි හා ශාරීරික ස්වරූපය අතිශයින් වැදගත් වේ.
8. සමූහය සමග හොඳ සන්නිවේදන ගනුදෙනුවක් කිරීමට නම්, මහජන ඇමතුම් උපකරණ වැනි තාක්ෂණික මෙවලම් භාවිත කරන්නට කථිකයාට සිදු වේ.
9. කථිකයා විසින් ඉදිරිපත් කරන සන්දේශය වඩාත් තහවුරු කිරීම සඳහා ශ්‍රව්‍ය හා දෘශ්‍ය තාක්ෂණික මෙවලම් යොදා ගන්නට සිදු වේ.
10. ග්‍රාහක ආකර්ෂණය අඛණ්ඩ ව පවත්වා ගෙන යන්නට සුවිශේෂ ලෙස සිය කථන නිපුණතාව යොදා ගන්නට සන්නිවේදකයාට සිදු වේ.

2). සමූහය හා කථිකයා අතර සම්බන්ධය

සමූහයක් ඉදිරියේ සන්නිවේදන කාර්යයේ යෙදෙන්නා සන්නිවේදකයා ලෙස හැඳින්වේ. අවස්ථානුකූල ව ඒ සඳහා විශේෂිත නාම ද යොදා ගනු ලැබේ.

1. පන්ති කාමරයේ දී - ගුරුතුමා හෝ ගුරුතුමිය
2. වෛද්‍ය සම්මන්ත්‍රණයක දී - වෛද්‍යවරයා
3. ආගමික දේශනයක දී - ස්වාමීන් වහන්සේ හෝ පූජකතුමා
4. දේශපාලන රැස්වීමක දී - දේශපාලනඥයා
5. ගොවි සම්මන්ත්‍රණයක දී - කෘෂි උපදේශක ආදි වශයෙනි.

මෙවැනි සමූහ සන්නිවේදන අවස්ථාවන්ට සහභාගිවන්නන් හා සන්නිවේදකයා එකිනෙකා හඳුනන්නන් හෝ නොහඳුනන්නන් හෝ විය හැකි ය. හඳුනන්නන් වූ විට සන්නිවේදකයාට යම් තරමක පහසුවක් ලැබෙන්නේ අසන්නන්ගේ ගතිලක්ෂණ යම් පමණකට දන්නා හෙයිනි. නොහඳුනන්නන් වූ විට සන්නිවේදකයා අභියෝගයකට මුහුණ දෙන්නේ, අසන්නන්ගේ ගතිලක්ෂණ එක්වර හඳුනාගත නොහැකි නිසා ය.

සමූහ සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියේ දී සමූහය හා ඉදිරිපත් කරන්නා අතර සම්බන්ධය ගොඩනැංවීමට පහත සඳහන් සාධක අවස්ථානුකූල ව හිතකර හෝ අහිතකර හෝ ලෙස බලපායි.

1. සහභාගිකයන්ගේ පෞද්ගලික අරමුණු හා අපේක්ෂා
2. සහභාගිකයන්ගේ සාක්ෂරතා මට්ටම
3. සහභාගිකයන්ගේ අත්දැකීම් පසුතලය
4. සන්නිවේදනය සිදු වන වේලාව, ස්ථානය, ආසන, ආසන සැලැස්ම හා භෞතික පරිසරය
5. කථිකයාගේ කථන සන්නිවේදනයෙහි දක්ෂකම
6. කථිකයා අදාළ කාරණය සම්බන්ධයෙන් ඉදිරිපත් කරන කරුණු
7. කථිකයාගේ ඉදිරිපත් කිරීමේ විලාසය
8. කථිකයා යොදා ගන්නා මාධ්‍ය උපකරණ
9. කථිකයාට වෙන් කර ඇති කාලය
10. සහභාගිකයන්ට ප්‍රතිචාර දැක්වීමට ලබා දෙන අවස්ථාව

සබකෝලය

කථිකයකු රැස්වීමක කථා කරන අවස්ථා ඔබ දැක ඇති බව සැකයක් නැත. සමහර විට ඔබ ද යම් රැස්වීමක එසේ කතා කරන්නට ඇත. සමහරෙක් රැස්වීම් ශාලාවේ වහලය දිහා හෝ බිම බලාගෙන හෝ පිටත බලාගෙන හෝ කතා කරන්නට පෙලඹේ. පළපුරුද්දක් නොමැති කෙනෙක් සභාවක් ඉදිරියේ කථා කරන්නට ගිය විට ලැජ්ජාවක් ඇති වේ. මෙය සභාවට ඇති ලැජ්ජාව නිසා 'සබකෝලය' නමින් හැඳින්වේ. මෙය කිසිසේත් ම ලැජ්ජා වීමට හේතුවක් නොවේ. පාසල් දරුවකු තුළ සබකෝලය ඇති වීම සාමාන්‍ය කරුණකි. පාසලේ දී විවිධ සමිති රැස්වීම්වල කතා පවත්වන්නට අවකාශය දරුවන්ට ලබා දෙන්නේ මෙසේ සබකෝලය නැති කර ගැනීම ඉගෙනීමේ අංගයක් වන බැවිනි. විශේෂයෙන් සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හදාරන සියල්ලන් මේ ආකාරයෙන් සමූහ සන්නිවේදන අවස්ථාවන්ට මුහුණ දී සබකෝලය නැති කර ගත යුතු ය. එය එක්වර ම අඩු වන්නක් නො වේ. වරින් වර මෙවැනි රැස්වීම්වල කතා පැවැත්වීමෙන් ටිකෙන් ටික සිතේ විශ්වාසයක් ගොඩනගා ගනිමින් දක්ෂ කථිකයකු වීමට හැකියාව ලැබේ.

ප්‍රදීපාගාර උපක්‍රමය

සමූහ සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ දී තමා ඉදිරියේ සිටින සමූහය සමග ඇස් සම්බන්ධතාව පවත්වා ගෙන යාම අතිශයින් වැදගත් ය. කථිකයා සිය කථනය ආරම්භ කළ යුත්තේ සමූහය සමග ඇස් සම්බන්ධතාව ගොඩනගා ගනිමිනි. එසේ ම එය තම කථනය අවසාන වන තෙක් ම අඛණ්ඩ ව පවත්වා ගෙන යා යුතු ය. මෙහි දී ප්‍රදීපාගාර උපක්‍රමය යොදා ගත හැකි ය.

ඔබ ප්‍රදීපාගාරයක් දැක තිබේ ද? එය ගොඩනංවා ඇත්තේ මහා සාගරයේ යන නෞකාවලට පෙනෙන පරිදි ය. ඒ නිසා එය ඉතා ඉහළින් පවතී. ප්‍රදීපාගාරයේ පහනක් දැල් වේ. එය ආලෝකය විහිදුවමින් කර කැවේ. ඒ නිසා ප්‍රදීපාගාරය දෙස බලා සිටින කෙනෙකුට විනාඩියක් හෝ දෙකක් හෝ වැනි කෙටි කාලයකට වරක් එහි ආලෝකය දකින්නට හැකිවේ. මෙය අඛණ්ඩ ව සිදු වන්නකි.

ප්‍රදීපාගාරයේ මේ දර්ශනය සමූහ සන්නිවේදනයේ දී කථිකයාට යොදා ගත හැකි ය. එනම් කථිකයාගේ දෙනෙත් ප්‍රදීපාගාරයේ ආලෝකය මෙන් තමා ඉදිරියේ සිටින සමූහය දෙස අඛණ්ඩ ව යොමු කිරීමයි. මේ නිසා සෑම කෙනෙකුට ම දැනෙන්නේ කථිකයා තමා දෙස බලා සිටින බවත්, තමන් කෙරෙහි අවධානයෙන් සිටින බවත් ය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් කථිකයා හා සවන් දෙන්නා අතර ඇස් සම්බන්ධතාවක් ඇති වේ. මෙම ක්‍රමය කුඩා හා මධ්‍යම ප්‍රමාණයේ සමූහයක් සඳහා ඉතා සාර්ථක ය.

කථිකයා සැමවිට ම උත්සාහ කළ යුත්තේ, තමා ඉදිරියේ සිටින සමූහය සමග ඇස් සම්බන්ධතාව අඛණ්ඩ ව පවත්වා ගෙන යාමට ය. සමූහයේ කොටසක් සමග පමණක් ඇස් සම්බන්ධතාව පවත්වා ගෙන යාමෙන් අනෙක් කොටස කථිකයාට සවන් දීමෙන් බැහැර විය හැකි ය.

3). සමූහ සන්නිවේදනය සඳහා මෙවලම් භාවිතය

කෙනෙකුට කොතරම් දුරකට පැහැදිලි ව ඇසෙන සේ කතා කළ හැකි ද කෙනෙකුට කොතරම් දුරකින් එන හඬ පැහැදිලි ව ශ්‍රවණය කළ හැකි ද සමූහ සන්නිවේදනයේ දී මේ ගැටලු දෙකට පිළිතුර වන්නේ මහජන ඇමතුම් පහසුකම් යොදා ගැනීමයි. සමූහ සන්නිවේදන කාර්යයක් සංවිධානය කරන විට මහජන ඇමතුම් පහසුකම් සපයා ගැනීම අනිවාර්ය කාරණයක් වන්නේ මේ නිසා ය.

සමූහ සන්නිවේදනය සඳහා පෙර සූදානම් කරන ලද ස්ථාන තිබේ. මහජන ඇමතුම් පහසුකම් සහිත පන්ති කාමර හෝ දේශනාගාර හෝ එයට උදාහරණ වේ. ඒ අතර ම, තවත් ස්ථාන විශේෂයෙන් සමූහ සන්නිවේදනය සඳහා සූදානම් කරනු ලැබේ. එළිමහන් සමූහ සන්නිවේදන අවස්ථා හෝ අවස්ථානුකූල ව යොදා ගන්නට සිදු වන ඇමතුම් පහසුකම් නොමැති ස්ථාන මෙයට උදාහරණ ලෙස දැක්විය හැකි ය.

මහජන ඇමතුම් පද්ධතියකට මූලික වශයෙන් අයත් වන්නේ, ශබ්ද විකාශන උපකරණ හා ඇමතුම් උපකරණ නොහොත් මයික්‍රෆෝනයි. මේවා රැහැන් මගින් සම්බන්ධ කළ හෝ රැහැන් රහිත හෝ විය හැකි ය. රැහැන් සහිත මයික්‍රෆෝනය යොදා ගැනීමේ දී කථිකයා එක් තැනකට සීමා කරනු ලබයි. රැහැන් රහිත මයික්‍රෆෝන් නොහොත් එෆ්.එම්. මයික්‍රෆෝන් භාවිත කිරීමේ දී කථිකයා ජංගමශීලී තත්ත්වයකට පත් වේ. එහි දී කථිකයාට සිය කථාව කරමින් ම සමූහය අතර පහසුවෙන් එහා මෙහා ගමන් කළ හැකි ය. එපමණක් නොව අසන්නන්ගේ ප්‍රතිචාර ලබා ගැනීමට රැහැන් රහිත මයික්‍රෆෝනය වඩාත් පහසුවෙන් යොදා ගැනීමට හැකි ය. රැහැන් රහිත මයික්‍රෆෝන් කිහිපයක් යොදා ගැනීමෙන් අසන්නන්ගේ ප්‍රතිචාර වඩාත් සක්‍රීය ලෙස ලබා ගන්නට පුළුවන. රැහැන් රහිත මයික්‍රෆෝනය සඳහා එක් අතක් පාවිච්චි කළ හැකි ය. ඇඳුමේ ගෙල අසල රඳවන රැහැන් රහිත මයික්‍රෆෝනය යොදා ගන්නේ නම් දෑත ම නිදහස් ව පාවිච්චි කරන්නට හැකි වේ.

සමූහ සන්නිවේදන කාර්යයේ දී කථිකයාට රූප සටහන්, ඡායාරූප ආදිය භාවිත කරන්නට සිදුවන්නේ නම් ඒ සඳහා ශ්‍රව්‍ය-දෘශ්‍ය මෙවලම් යොදා ගන්නට සිදු වේ.

කළු ලෑල්ල, සුදු ලෑල්ල හෝ බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය, ස්ලයිඩ් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය ආදි වශයෙන් විවිධ වූ උපකාරක මෙවලම් මෙහි දී යොදා ගත හැකි ය. සමූහ සන්නිවේදනයේ දී මෙවැනි විවිධ උපකාරක භාවිත කරන්නේ නම් ඒවා කල් ඇති ව සූදානම් කර ගෙන පැමිණීමට කථිකයා වග බලා ගත යුතු ය.

අදාළ සමූහ සන්නිවේදන කාර්යය සඳහා කෙබඳු තාක්ෂණ උපකරණ සපයා ගත හැකි ද කෙබඳු ශ්‍රව්‍ය - දෘශ්‍ය උපකරණ යොදා ගත හැකි ද යන්න පිළිබඳ ව කථිකයා කල් ඇති ව දැන සිටිය යුතු ය. එසේ ම ඒ සඳහා පූර්ව සූදානම අතිශයින් වැදගත් ය.

4). සමූහ සන්නිවේදනයේ විශේෂතා

1. සන්නිවේදන ක්‍රියාවලියට සම්බන්ධ වන පුද්ගලයන් සංඛ්‍යාව මත සමූහ සන්නිවේදනය අර්ථ දැක් වේ.
2. සමූහය කුඩා හෝ විශාල හෝ විය හැකි ය.
3. සන්නිවේදකයා ඉදිරියේ සිටින තැනැත්තන් සමග කෙරෙන සන්නිවේදනය සමූහ සන්නිවේදනයට අයත් වේ.
4. බොහෝ දුරට ඒක පාර්ශ්වික සන්නිවේදනයකි. එනම් සන්නිවේදකයාගෙන් ග්‍රාහකයන්ට තොරතුරු ගලා යෑම බහුල ව සිදු වේ. සන්නිවේදනය සිදුවන ආකාරය අනුව ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර ලබා ගත හැකි ය.
5. සන්නිවේදකයා ඉදිරියේ සිටින සමූහය සන්නිවේදකයා දන්නා අය මෙන් ම නොදන්නා අයගෙන් සමන්විත විය හැකි ය. එසේ ම සන්නිවේදකයා ඉදිරිපත් කරන අදහසට එකඟ අය මෙන් ම එකඟ නොවන අය ද සිටිය හැකි ය. ඒ නිසා සමූහ සන්නිවේදන කාර්යය සාර්ථක කර ගැනීමට සන්නිවේදකයා තුළ හොඳ පුහුණුවක් තිබිය යුතු ය.

1.15 ජන සන්නිවේදනය

සන්නිවේදකයාට දර්ශනය වන සමූහයකට වඩා විශාල වූ මහා ජනකායක් වෙත ජනමාධ්‍ය භාවිතයෙන් සන්නිවේදනය කිරීම ජන සන්නිවේදනය යනුවෙන් හැඳින්වේ. ජනයා යන්නට සීමාවක් නැත. එය මහා විශාල ජන සමූහයක් වන්නට ද පුළුවන. එය මුළු ලෝකයේ ම සිටින අති විශාල ජනගහණය වන්නට පුළුවන. යම් රටක සිටින බහුජනයා වන්නට ද පුළුවන. මෙයින් අදහස් වන්නේ නියත ලෙස ම සන්නිවේදකයා නොදන්නා වූ අති විශාල ග්‍රාහක පිරිසකි.

ජන සන්නිවේදනය ආදි කාලීන ජනයා විසින් කිසිසේත් අපේක්ෂා කරන ලද්දක් නොවේ. එය සිදු වූයේ තාක්ෂණික දියුණුව නිසා ය. මුද්‍රණ ශිල්පය බිහි වීම නිසාත්, කඩදාසි කර්මාන්තය නිසාත්, ප්‍රවාහන සේවා දියුණු වීම නිසාත්, පුවත්පත් සමාජය තුළ පැතිරී ගියේ ය. තමන්ගේ පුවත්පත කියවන්නේ හෝ නොකියවන්නේ හෝ කවුරුන් විසින්දැයි පුවත්පත් සංස්කාරකවරු නාමික ව නො දනිති. එහෙත් රටේ ජනයා එය කියවන බව ඔවුහු දනිති. යම් ගුවන්විදුලි නාලිකාවකට සවන් දෙන්නේ කවුරුන් දැයි යන්න හෝ කොහේ සිටින අය දැයි යන්න හෝ ගුවන්විදුලි මාධ්‍යකරුවෝ නො දනිති. තමන්ගේ රූපවාහිනී නාලිකාව නරඹන්නෝ කවුරුන්ද සිටින්නේ කොහිද යන්න හෝ රූපවාහිනි මාධ්‍යකරුවෝ නිශ්චිත ලෙස ම නො දනිති.

මේ අනුව ජන සන්නිවේදනය සිදු වන්නේ ජන මාධ්‍ය මගිනි. ජන මාධ්‍ය ලෙස දැක්වෙන්නේ, 17 වන ශත වර්ෂයෙන් පසු ක්‍රමයෙන් තාක්ෂණික ව සිදු වූ සංවර්ධනය නිසා ලොවට බිහි වූ පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන මාධ්‍යයයි. මෙහි දී පුවත්පත මුද්‍රිත මාධ්‍යයක් වන අතර, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය විද්‍යුත් මාධ්‍ය වේ.



1.7 රූපය - ජන සන්නිවේදනය

1). ජන සන්නිවේදනයේ ස්වභාව

ආයතනික ව, සංවිධානාත්මක ව හා තාක්ෂණික කර්මාන්තයක් වශයෙන් අති විශාල ජනතාවක් ඉලක්ක කර ගෙන සන්දේශ නිර්මාණය කර බෙදා හැරීම ජන සන්නිවේදනයේ දී සිදු වේ. එසේ ම තම තමන්ට හැකි හා තම තමන් කැමති ආකාරයෙන් ග්‍රාහකයන් විසින් එම සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගැනීම ද සිදු වේ. මේ අනුව ජන සන්නිවේදනයේ මූලික ස්වභාවයන් පහත සඳහන් ආකාරයෙන් සංක්ෂිප්ත ව දැක්විය හැකි ය.

1. සන්දේශය පොදු වූවකි.
2. සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අභිමුඛ නොවේ.
3. සංවිධිත ආයතනයක් මගින් ක්‍රියාත්මක වේ.
4. ග්‍රාහක පද්ධතිය ඉතා විශාල හා පැතිරුණු ස්වභාවයක් ගනියි.
5. වෘත්තීය සන්නිවේදක කටයුතු කරති.
6. මූලික වශයෙන් ඒකමාර්ගික ව සිදු වේ.
7 තාක්ෂණික උපකරණ භාවිතයට ගැනේ.
8. සන්නිවේදකයා හා ග්‍රාහකයා අතර ඇත්තේ දුරස්ථ සම්බන්ධයකි.
9. සාපේක්ෂ ව ග්‍රාහක ප්‍රතිචාර ප්‍රමාද වේ.
10. ජන මාධ්‍ය සන්නිවේදනය සාමූහික කාර්ය පද්ධතියකි.

2). ජන සන්නිවේදනය හා ජන මාධ්‍ය අතර සම්බන්ධය

ජන මාධ්‍ය ඔස්සේ කෙරෙනුයේ ජන සන්නිවේදනය යි. එසේත් නැතිනම් ජන සන්නිවේදනය සඳහා ජන මාධ්‍ය වන පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යොදා ගනියි. සිනමාව ද ජන සන්නිවේදන කාර්යයක් ඉටු කරන නමුත්, අනෙක් ජන මාධ්‍ය සමග සැසඳීමේ දී සිනමාව ජන මාධ්‍යයක් ලෙස නො සැලකේ.

ජන සන්නිවේදනය හා ජන මාධ්‍ය අතර ඇත්තේ එකිනෙකට බැඳුණු සම්බන්ධතාවකි. ජන සන්නිවේදනයේ ප්‍රධාන ම කාර්යයන් වන්නේ ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය හා විනෝදාස්වාදයයි. ඔබ පුවත්පතක් බලන්නේ කුමකට ද? ඔබ රූපවාහිනිය නරඹන්නේ කුමකට ද? ඔබ ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන්නේ කුමකට ද? ඔබට පැවසිය හැකි ප්‍රධාන ම පිළිතුරු දෙක ප්‍රවෘත්ති දැන ගැනීම හා විනෝදාස්වාදයයි.

සාපේක්ෂ ව ගත් විට පුවත්පත ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනයේ දී ගුවන්විදුලියට හා රූපවාහිනියට වඩා ප්‍රමාද වේ. වඩාත් ඉක්මණින් ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය කරන්නේ ගුවන්විදුලිය යි. එහෙත් වඩාත් සජීවී ව ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය ගුවන්විදුලියට දෙවැනි ව කළ හැක්කේ රූපවාහිනියටයි. මේ නිසා පුවත්පතට සිදු වී ඇත්තේ ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය විසින් ඉදිරිපත් කරන ලද ප්‍රවෘත්ති ම වෙනත් ආකාරයකට ඉදිරිපත් කිරීමටයි. එහෙත් වර්තමානයේ අන්තර්ජාලය සහ නව මාධ්‍ය මගින් වේගයෙන් තොරතුරු ගලායාම සිදුවේ.

තොරතුරු තාක්ෂණයේ දියුණුව නිසා ලෝකය පුරා තොරතුරු ප්‍රවාහනය ක්ෂණික වී ඇත. මේ නිසා ලෝකයේ ඕනෑ ම තැනක සිදු වන දෙයක් ප්‍රවෘත්තියක් ලෙස සම්පාදනය කර දෘශ්‍ය රූප සහිත ව හෝ රහිත ව ලෝකය පුරා බෙදා හරින්නට ජන මාධ්‍යයට හැකි වී තිබේ.

3). ජන සන්නිවේදනයේ සමාජ අවශ්‍යතාව හා බලපෑම

'ප්‍රවාහන සේවා බිඳ වැටීම නිසා පුවත්පත් ලැබී නැත. විදුලි බලය ඇණ හිටීම නිසා ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය ක්‍රියාත්මක කළ නොහැකි ය. එවැනි විටක සමාජයට පැවතිය හැකි ද?'

මෙවැනි තත්ත්වයක් සමහර විට නූතන සමාජය තැති ගන්වන සුළු විය හැකි ය. ඒ ජන මාධ්‍ය භාවිතය නූතන සමාජයට ඒ තරම් ම අත්‍යවශ්‍ය වී ඇති නිසා ය. එයින් වැටහෙන්නේ ජන මාධ්‍ය යනු නූතන සමාජ අවශ්‍යතාවක් වන බවයි.

නූතන සමාජයෙහි පවත්නා සුවිශේෂ ලක්ෂණයක් නම් මූලික සාක්ෂරතාව ඉහළ මට්ටමක පැවතීම ය. එනම් කියවීමට හා ලිවීමට හැකියාව තිබීමයි. ලියන්නට හෝ කියවන්නට හෝ නොහැකි වුවත් අසා තේරුම් ගැනීමේ හැකියාව පවතී. සමාජ සංවර්ධනයේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් විවිධ ආරංචි දැන ගැනීමේ නිරන්තර කැමැත්තක් පුද්ගලයා තුළ පවතී. එම කැමැත්ත සන්සිඳුවන්නේ ජන මාධ්‍යයයි. මෙය එක්තරා ආකාරයකට අපූරු මානව චර්යාවක් බවට පත් වී ඇත.

කිසියම් සිදුවීමක් වූ මොහොතකින් එහි තොරතුරු ගුවන්විදුලියෙන් දැනගත හැකි ය. තවත් ටික වේලාවකින් එය දර්ශන සහිත ව රූපවාහිනියෙන් දැක ගන්නට ද, අසන්නට ද, කියවන්නට ද හැකියාව ලැබේ. එසේ ලැබුණු තොරතුරු ම නැවත වෙනත් ආකාරයකින් කියවන්නට පසු දින පුවත්පත මිල දී ගන්නේ ද එම ජනයා ම ය. මෙයට හේතුව මිනිසා තුළ පවත්නා තොරතුරු පිපාසයයි.

ඒ හැර විචාරශීලී බව වැඩි දියුණු කිරීමට ද, විවිධ දේ ගැන දැන ගැනීමේ අවකාශය පුළුල් කිරීමට ද, විවිධ ආකාරයෙන් ජනයාගේ සිත් සතන් සනසා ලීමට ද ජන මාධ්‍යයට ඇති හැකියාව අද වන විට බලවත් සමාජ අවශ්‍යතාවක් වී ඇත.

ජන මාධ්‍ය හා සමාජය අතර ඇත්තේ සමීප සම්බන්ධතාවකි. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ජන සන්නිවේදනය නූතන සමාජයේ පැවැත්ම කෙරෙහි දැඩි ලෙස බලපෑම් ඇති කරන බව පෙනේ. මේ බලපෑම් ධනාත්මක හෝ ඍණාත්මක හෝ විය හැකි ය. මෙම බලපෑම් මූලික වශයෙන් පහත සඳහන් ආකාර වේ.

1. දෛනික ජීවිතය වෙනස් කිරීම
2. පරිභෝජන රටාව වෙනස් කිරීම
3. රස වින්දනය වෙනස් කිරීම
4. විවිධ චිත්තාවේග ඇති කිරීම හා වැඩි දියුණු කිරීම
5. විවිධ චර්යා ඇති කිරීමට පෙලඹවීම
6. විවිධ යෝග්‍ය මෙන්ම අයෝග්‍ය පුරුදු ඇති කිරීම
7. සාමාජීය ගැටලු වැරදි ආකාරයට තේරුම් ගැනීමට පුරුදු කිරීම
8. ජීවන ගැටලුවලට යෝග්‍ය මෙන්ම අයෝග්‍ය තීරණ ගැනීමට ඉගැන්වීම
9. අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධතා ගොඩනැගීම හා පළුදු කිරීම
10. විවිධ සමාජාර්ථ පුද්ගලයන් තුළ ගොඩ නැංවීම

මෙසේ පුද්ගලයාගේ යහපතට හේතු වන බලපෑම් අගය කළ යුතු අතර අයහපත් ජන මාධ්‍ය බලපෑම් පාලනය කිරීම හෝ අවම කිරීම කළ හැක්කේ, පුද්ගලයා විචාරශීලී වීමෙනි.

1.16 අභිසාරී මාධ්‍ය

සන්නිවේදන අධ්‍යයන ක්ෂේත්‍රයට අළුතින් එක් වන සංකල්පයක් ලෙස 'අභිසාරිතාව' (Convergence) යන්න දැක්විය හැකි ය. මෙයින් අදහස් වන්නේ 'එකට හමුවීම' යන්නයි. කුමක්ද එකට හමු වන්නේ? විවිධ මාධ්‍යයයි. මෙය ඉතා සරල ව තේරුම් ගනිමු.

නූතන මානව සමාජය විසින් පියවරෙන් පියවර විවිධ මාධ්‍ය නිර්මාණය කර ගනු ලැබූ බවත්, අද වන විට ඒවා විවිධ ස්වරූපයෙන් භාවිත කරනු ලබන බවත් ඔබ දැනටමත් දන්නා කරුණකි. මෙම විවිධතා එනම් සඟරා, පුවත්පත්, පොත්, ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය, සිනමාව, ජංගම දුරකථනය, අන්තර්ජාලය ආදි වූ මාධ්‍ය බිහි වූයේ වෙන් වෙන් වශයෙනි. ඒ එක් එක් මාධ්‍යයට ස්වකීය අනන්‍යතාවක් ද තිබිණි.

එහෙත් ටික කාලයක දී සියලු මාධ්‍යයන්ට තේරුම් ගියේ තනි ව ක්‍රියා කරන්නට නොහැකි බවයි. එනම් ජනයා විසින් සියලු මාධ්‍ය පරිහරණය කරනු ලබන නිසා, මාධ්‍ය එක්වීමක අවශ්‍යතාව පැන නැගුණි. මෙහි දී ප්‍රමුඛ වන්නේ අන්තර්ජාලය භාවිතයට පැමිණීමයි. අන්තර්ජාලය නිසා සියලු මාධ්‍ය එක්රැස් වීමක් සිදු විය. අන්තර්ජාලය මගින් පුවත්පත් කියවන්නට, ගුවන්විදුලියට සවන් දෙන්නට, රූපවාහිනිය නරඹන්නට, සිනමා පට නරඹන්නට හැකි ය. පොත් කියවන්නට හා දුරකථනයෙන් කථා කරන්නට හැකි ය. මෙහි දී සිදු වී ඇත්තේ සියලු මාධ්‍ය එක්වීමකි.

මෙම විපර්යාසය සිදු වූයේ සන්නිවේදන හා තොරතුරු තාක්ෂණයේ වර්ධනය නිසා ය. ඒ අනුව විවිධ සන්නිවේදන හා තොරතුරු තාක්ෂණික ව්‍යුහය අතර එක්වීමක් සිදු විය. මාධ්‍ය සම්බන්ධතා, තොරතුරු රැස් කිරීම - සංස්කරණය කිරීම - ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා වූ විවිධ තාක්ෂණික උපකරණ මේ අනුව එක්විය.

මේ නිසා මාධ්‍ය වෘත්තීය වශයෙන් ද එක්වීමක් සිදු විය. පුවත්පත් වාර්තාකරුට තම ප්‍රවෘත්තිය ගුවන්විදුලියට ද, රූපවාහිනියට ද වාර්තා කරන්නට හැකි වී තිබේ. ගුවන්විදුලි වාර්තාකරුට ද රූපවාහිනි වාර්තාකරුට ද එසේ ම ය. මෙය අද වන විට ජන සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍රයේ අත්‍යවශ්‍ය කාර්යයක් බවට පත් වී ඇත. යම් ප්‍රවෘත්තියක් කොපමණ වේගයකින් හා කොපමණ නිරවද්‍ය ලෙස වාර්තා කරන්නට හැකි වන්නේ ද යන්න මත ජන මාධ්‍ය ආයතනවල පැවැත්ම රඳා පවතී.

එසේ ම මෙම මාධ්‍ය අතර එක්වීම නොහොත් අභිසාරිතාව නිසා ග්‍රාහකයාට ද විශාල බලපෑමක් ඇති වී තිබේ. අද වන විට ප්‍රධාන ධාරාවේ ජන මාධ්‍යයක් මගින් ප්‍රවෘත්ති ලැබෙනවාට වඩා වේගයෙන් ජංගම දුරකථනයට ප්‍රවෘත්ති ලැබේ. එය ලබන තැනැත්තා වහා ම ගුවන්විදුලියට හා රූපවාහිනියට යොමු කරයි. තමන්ගේ රටේ ජන මාධ්‍යයට එතරම් ඉක්මනින් ප්‍රවෘත්ති ලබා දිය නොහැකියැයි සලකන ග්‍රාහකයා වහා ම අන්තර්ජාලය ඔස්සේ අන්තර්ජාතික මාධ්‍ය නාලිකාවකට සම්බන්ධ වෙයි. ඒ මගින් විවිධ ඡායාරූප, දර්ශන, වාර්තා ලබා ගනී. මෙසේ දේශීය ප්‍රවෘත්ති වාර්තා වන විට ග්‍රාහකයා ඒ පිළිබඳ බොහෝ දේ දැන ගෙන අවසාන ය. පසු දින උදය දේශීය ප්‍රවෘත්ති පත්‍රය බලන්නට පෙර ඇමරිකාවේ හෝ එංගලන්තයේ හෝ ඉන්දියාවේ හෝ වෙනත් කවර රටක හෝ පළ කරන පුවත්පතක් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ කියවන්නට අවස්ථාව ලැබේ.

නූතන ජන මාධ්‍යකරුවෝ නව අභියෝගයකට මුහුණ දී සිටිති. එක් මාධ්‍යයකට පමණක් හුරු වූ සාම්ප්‍රදායික මාධ්‍යකරුවාට මේ අභිසාරිතා මාධ්‍ය ව්‍යුහය තුළ පැවැත්මක් නැති වන ලකුණු පහළ වෙමින් තිබේ. ඒ අනුව ජන මාධ්‍යකරුවන්ට තමන්ගේ සේවාව එක් අවස්ථාවක දී ම විවිධ මාධ්‍යයන්ට සැපයීමට අවශ්‍ය නිපුණතාව අත්පත් කර ගැනීමට සිදු වේ. ජන මාධ්‍ය ආයතනවල ද මේ සම්බන්ධයෙන් වෙනස්වීමක් ඇති වෙමින් පවතී. පුවත්පත් ආයතනයක් උදාහරණයකට ගත හොත් එය හුදෙක් පුවත්පතක් සඳහා පමණක් ප්‍රවෘත්ති සම්පාදනය කරන්නන්ගෙන් ඔබ්බට ගොස් ඇත. පුවත්පත ප්‍රකාශයට පත් කරන අතර ම එහි පිටපතක් අන්තර්ජාලයට මුදා හරිනු ලබයි. එසේත් නැති නම් ඒ නමින් ම අන්තර්ජාල පුවත්පතක් සංස්කරණය කරනු ලබයි. එම තොරතුරු ම තම පුවත්පතේ නාමය සඳහන් කරමින් ජංගම දුරකථන ජාලයට මුදා හරිනු ලබයි. තම පුවත්පතේ තෝරාගත් යම් යම් විශේෂ ප්‍රවෘත්තිවලට අදාළ ව සජීව දර්ශන නැරඹීමට හා තවදුරටත් ප්‍රවෘත්ති දැන ගැනීමට අන්තර්ජාලය සමග සම්බන්ධතා පවත්වා ගන්නට අවශ්‍ය පහසුකම් ග්‍රාහකයන්ට සලසා දෙනු ලබයි. රූපවාහිනී නාලිකාවක් වෙන ම අධ්‍යයනය කළත් අද එය ඇසීමට, දැකීමට හා කියවීමට අවශ්‍ය පහසුකම් එක්විට ම ග්‍රාහකයාට සලසා දෙයි.

අභිසාරී මාධ්‍ය විසින් ඇති කරනු ලබන වෙනස්කම් මාධ්‍ය අධ්‍යාපනයට ද, මාධ්‍ය කර්මාන්තයට ද, මාධ්‍ය භාවිතයට ද දැඩි බලපෑමක් ඇති කරනු ලබයි. අවසානයේ දී එය සමස්ත සමාජය කෙරෙහි ම දැඩි බලපෑමක් ඇති කරමින් පවතින බව පෙනේ.

අභ්‍යාස

ඒකල

1. ඔබ පන්තියේ පාඩමකට සහභාගි වන අතර හෝ බස් රියේ යන අතර හෝ ආහාර ගන්නා අතර හෝ හදිසියේ හිතට නැගුණු විවිධ අදහස්, මතක, සිතිවිලි හෝ හැඟීම් දහයක් ලැයිස්තු ගත කරන්න. ඒවා අධ්‍යයනය කරන්න. ඒවා අතර අන්‍යෝන්‍ය සම්බන්ධයක් ඇත්දැයි විමර්ශනය කරන්න.

2. ඔබේ අත්දැකීමක් මිතුරෙකුට පවසන්න. ඔබ කියූ දේ මිතුරා තේරුම් ගත් ආකාරය පසුව කල්පනා කරන්න.

3. සමූහයක් රැස් ව සිටින තැනක එකිනෙකා අතර සන්නිවේදනය සිදු වන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරන්න. ඒ පිළිබඳ ව ඔබේ අදහස් ඇතුළත් වගන්ති දහයක් ලියන්න.

4. පුවත්පත, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන ජන මාධ්‍ය අද සමාජයට වැදගත් වන්නේ කෙසේදැයි වචන 500 - 750 ක වාක්‍ය රචනයක් ලියන්න.

5. සන්නිවේදන කාර්යයන්හි දී සන්නිවේදකයකු වශයෙන් හෝ ග්‍රාහකයකු වශයෙන් ඔබට අත් විඳින්නට සිදු වූ බාධක දහයක් ලියන්න.

සමූහ

1. අන්තර්වර්තී පුද්ගල සන්නිවේදනය, අන්තර්පුද්ගල සන්නිවේදනය, සමූහ සන්නිවේදනය හා ජන සන්නිවේදනය දැක්වෙන රූප සටහන් ඇතුළත් පෝස්ටරයක් නිර්මාණය කරන්න.

2. පාසලේ පවත්වනු ලැබූ සම්මන්ත්‍රණයක දී සන්නිවේදනය භාවිතයේ ඵලදායිතාව පිළිබඳ නිරීක්ෂණ වාර්තාවක් සකස් කරන්න. සම්මන්ත්‍රණය පැවැත් වූ පාර්ශ්වයට එම වාර්තාවේ පිටපතක් භාර දෙන්න.

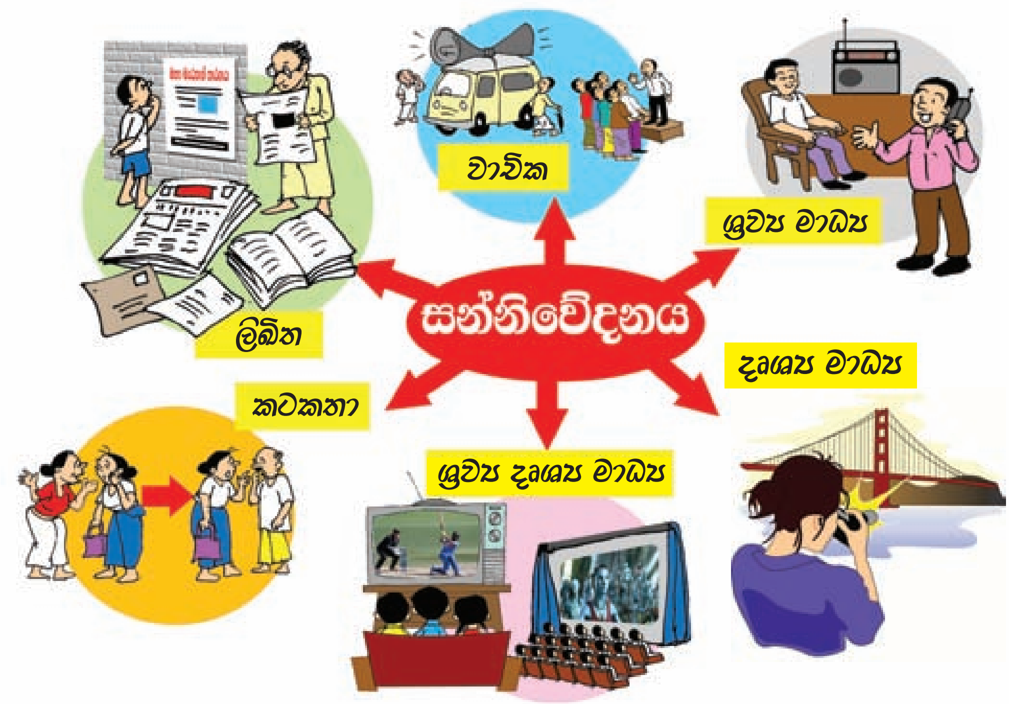
3. කුඩා දරුවන් සමග සන්නිවේදනයේ දී වැඩිහිටියන් මුහුණ දෙන ගැටලු වෙන් වෙන් ව අධ්‍යයනය කරන්න. එම අධ්‍යයනයන් කණ්ඩායමක් වශයෙන් සාකච්ඡා කර එහි දී අනාවරණය වන පොදු ගැටලු ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න. එය පන්තියේ දී ඉදිරිපත් කරන්න.

4. කුඩා කණ්ඩායම් වශයෙන් ගොස් පාසලේ ගුරු භවතුන් මුණ ගැසෙන්න. රූපවාහිනිය, ගුවන්විදුලිය හා පුවත්පත යන ජන මාධ්‍යයන්ගේ අවශ්‍යතාව පිළිබඳ ව ඔවුන් සමග සාකච්ඡා කරන්න. ඔවුන් දක්වන අදහස් ඇතුළත් කුඩා වාර්තාවක් සකස් කරන්න. ඒ වාර්තාව පන්තිය ඉදිරියේ කණ්ඩායමක් වශයෙන් ඉදිරිපත් කරන්න.

5. පාසල තුළ සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය පිළිබඳ අධ්‍යයන වාර්තාවක් සකස් කරන්න. එහි පවත්නා තත්ත්වය හා වැඩි දියුණු කිරීමට ඔබ කණ්ඩායම කරන යෝජනා ඇතුළත් කරන්න. එම වාර්තාව පන්තියට ඉදිරිපත් කරන්න. එහි පිටපතක් ගුරුතුමා/ගුරුතුමිය මගින් විදුහල්පතිතුමා/තුමිය වෙත භාර දෙන්න.



02 සන්නිවේදන ස්වරූප



අභිමතාර්ථ

මානවයා චින්තන ශක්තියෙන් යුක්ත වූ සාධකයක් ය. තනි ව කල්පනා කරමින් සිටි මානවයාට අන්‍යයන් සමග අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමට අවශ්‍ය විය. ඒ නිසා සන්නිවේදන ස්වරූප උපන්නේ ය. ඉඟි, ඉරියව් මෙන් ම හඬ ද මුල් කාලීන ව සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගනු ලැබිණි. පසු ව කටහඬ පාදක කර ගෙන භාෂාව බිහි විය. එහි ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් ලේඛනය බිහි විය. චිත්‍ර සටහන් ද සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගැනිණි.

තාක්ෂණයේ දියුණුව නිසා විවිධ සන්නිවේදන උපකරණ බිහි වීමෙන් සන්නිවේදන ස්වරූප වැඩි දියුණු විය. කථනය හා ලේඛනය මෙයින් ප්‍රමුඛස්ථානය ගනී. ඒ හැර විවිධ ශ්‍රව්‍යදෘශ්‍ය ස්වරූප ද සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගැනිණි. පසු කාලයේ දී මානව සමාජය විසින් විවිධ සංවිධාන පිහිටුවා ගන්නා ලදි. ඒ නිසා සංවිධාන තුළ සන්නිවේදනය භාවිත කිරීමේ ස්වරූප වඩාත් දියුණු විය. විධිමත් ලෙසත් අවිධිමත් ලෙසත් සන්නිවේදනය භාවිත වන ආකාරය හඳුනා ගන්නට පර්යේෂකයෝ සමත් වූහ.

මේ ආකාරයෙන් විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූපවල මූලික ස්වභාව අධ්‍යයනය කරන්නට ඔබ යොමු කිරීම මේ පරිච්ඡේදයේ අභිමතාර්ථයයි.

2. සන්නිවේදන ස්වරූප

2.1 වාචික හා අවාචික සන්නිවේදනය

මානව ඉතිහාසය තුළ පළමුවෙන් ම බිහි වූ සන්නිවේදන ස්වරූපය නම් අවාචික සන්නිවේදනයයි. මෙහි අවාචික යන්නෙන් අදහස් වන්නේ වචන කතා නො කරන යන්න ය. කතා කරන්නට නොදත් මානවයා අත්, ඇඟිලි, මුහුණ, මුව ආදි ශරීරාංග මූලික කර ගනිමින් සංඥා හා සංකේත ගොඩ නගා ගත්හ. යම් අදහසක් ප්‍රකාශ කරන්නට ඔවුන්ට තමන්ගේ හඬ ද යොදා ගත හැකි විය. එය හඬ මිස භාෂාවක් නො වී ය. එපමණක් නොව වනයේ විවිධ දෑ එනම් ගස්, ගල්, ඇට කැබලි, කොළ අතු ආදිය අවාචික සංඥා හෝ සලකුණු ලෙස යොදා ගන්නට ඇත.

කට හඬ භාෂාවක් වශයෙන් සංවර්ධනය වීම නිසා වාචික සන්නිවේදනය බිහි විය. කථනයේ හඬ රටාව එකිනෙකා අතර වෙනස් වීම නිසා වාචික සන්නිවේදනය සමග අවාචික සන්නිවේදනය ද සංයෝග විය. මේ නිසා මානවයාට තමන්ගේ වාචික ප්‍රකාශය වඩාත් ඵලදායි කර ගන්නට හැකි විය. පසු කාලයේ දී අවාචික සන්නිවේදනය ද වාචික සන්නිවේදනය මෙන් අඛණ්ඩ ව දියුණු විය. ශබ්ද විකාශන යන්ත්‍ර, ගුවන්විදුලිය, දුරකථනය, රූපවාහිනිය හා සිනමාව වැනි විවිධ සන්නිවේදන මාධ්‍ය බිහි වීම නිසා වාචික සන්නිවේදනය විවිධ ආකාරයෙන් සංවර්ධනය විය. ඒ සමග ම අවාචික සන්නිවේදනය ද ලෝකයේ භාෂා ඉක්මවා යමින් අන්තර්ජාතික මට්ටමින් සංවර්ධනය වූ බව පෙනේ.

අප විසින් එදිනෙදා ජීවිතයේ දී බහුල ව භාවිත කරනුයේ අවාචික සන්නිවේදනයයි. දෙවනු ව වාචික සන්නිවේදනයයි. ඒ නිසා වාචික හා අවාචික සන්නිවේදනය පිළිබඳ හැදෑරීම එදිනෙදා ජීවිතයට වැදගත් වේ.

එක් පාසලක මාධ්‍ය සමාජයක් විසින් සංවිධානය කරනු ලැබූ වැඩසටහනකින් කොටසක් ඉදිරියේ දැක් වේ. වාචික හා අවාචික සන්නිවේදන ස්වරූප හා ඒවා ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය පිළිබඳ ව මෙහි සාකච්ඡා කෙරේ.

නිවේදක අසංක:

ආයුබෝවන්.... විද්‍යාලයීය මාධ්‍ය සමාජය විසින් සිවුවෙනි වරටත් පවත්වනු ලබන මාධ්‍ය හරසරණී වැඩ සටහනේ සමාරම්භක මොහොතටයි අපි දැන් සූදානම් ව සිටින්නේ.... අද වැඩසටහන සඳහා අප ආරාධනය පිළිගෙන මෙහි පැමිණි ආචාර්ය නිහාල් ජයරත්න හා ආචාර්ය නිශානි සමරවීර මහත්ම මහත්මාවන්, පාසල වෙනුවෙන් ආයුබෝවන් කියා පිළිගන්නවා.

දේශකවරුන්:

ආයුබෝවන්,

නිවේදක අසංකා:

සන්නිවේදනය කියන්නේ ලෝකයේ පැවැත්මට ඉවහල් වන ප්‍රබලතම සාධකයක්. එය සමාජ සම්බන්ධතා ගොඩ නගා ගැනීමේ දී එකිනෙකා අතර අදහස්, හැඟීම්, රුචි අරුචිකම් අවබෝධ කර ගැනීමට භාෂාව ඉවහල් වෙනවා. මිනිසා භාෂාව භාවිත කරමින් සන්නිවේදනයේ යෙදෙන අතර, අදහස් හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා විවිධාකාර සන්නිවේදන ස්වරූප භාවිත කරනවා. ආචාර්ය ජයරත්න මහත්මාණන් අද කතා කරන්න යන්නේ මෙම සන්නිවේදනයේ ස්වරූප හා ඒවායේ කාර්යයන් මොනවා ද කියලා.

ආචාර්ය ජයරත්න:

හොඳයි අසංක.... මං මුලින් ම මතක් කරන්න ඕනෑ මෙම වැඩසටහනට සහභාගි වන අපේ දුවලා පුතාලා මේ සාකච්ඡාවේ වැදගත් කරුණු සටහන් කර ගන්න උත්සාහ කරන නිසා, වෙනදාට වඩා වැදගත් කරුණු තිරය මත දැක්වීමටත්, පින්තූර මගින් කරුණු තහවුරු කර ගැනීමටත් අවශ්‍ය මාධ්‍ය පහසුකම් අද සපයලා තිබෙන බව. සරල ව කියනවා නම් අප, ඒ කියන්නේ ග්‍රාහකයා තොරතුරු ලබා ගන්නා ආකාර තමයි සන්නිවේදන ස්වරූප කියලා කියන්නේ. ග්‍රාහකයා වෙත දැනුම, අදහස්, තොරතුරු ආදිය ගෙන ඒම සඳහා සන්නිවේදන ස්වරූප ගණනාවක් භාවිත කරනවා. ඒ තමයි....

සන්නිවේදන ස්වරූප

- වාචික සන්නිවේදනය
- අවාචික සන්නිවේදනය
- දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය
- ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය
- ලිඛිත සන්නිවේදනය

ලෙස වර්ග කළ හැකි ය.

මේ සන්නිවේදන ස්වරූප විධිමත් හෝ අවිධිමත් සන්නිවේදන ක්ෂේත්‍ර ලෙස ක්‍රියාත්මක වේ.

නිවේදක අසංකා:

ආචාර්ය ජයරත්න මහත්මාණනි, අපි මේ සන්නිවේදන ස්වරූපයන්ගෙන් වාචික සන්නිවේදනය කියන්නේ කුමක් ද? එයට පැවරෙන කාර්යයන් මොනවා ද කියලා කතා කරමු.

ආචාර්ය ජයරත්න:

හොඳයි... ඕනෑ ම රටක සන්නිවේදනය සඳහා පදනම වෙන්නේ භාෂාව.... ඉතින් මිනිසාගේ චින්තනය, තාර්කික ඥානය, පරිකල්පනය සහ නිර්මාණශීලීත්වය වැනි මානව ගුණාංග වාචික සන්නිවේදන ස්වරූප සමග බැඳී පවතිනවා. භාෂාව පදනම් කර ගෙන කථනය මගින් සිදු වන සන්නිවේදනය තමයි වාචික සන්නිවේදනය කියලා කියන්නේ..

නිවේදක අසංක:

ආචාර්ය ජයරත්න මහත්මාණෙනි, වාචික සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නා භාෂාව පිළිබඳ ව ටිකක් පැහැදිලි කළොත්....

ආචාර්ය ජයරත්න:

අසංක, මානව භාෂාව කව දා කොහොම ඇති වුණා ද කියලා ස්ථිර ව කියන්න බැහැ. නමුත් එය මිනිසා විසින් ම ඔහුගේ අවශ්‍යතාව මත නිර්මාණය කර ගත් බව නම් පිළිගන්න පුළුවන්. පුද්ගලයකුට දෛනික ජීවිතයේ දී තමන්ගේ අවශ්‍යතා ඉටු කර ගැනීමට වාචික සන්නිවේදනය අත්‍යවශ්‍ය වෙනවා. අපි බලමු භාෂාවේ මූලික කාර්යයන් මොනවා ද කියලා.

භාෂාවේ මූලික කාර්යයන්

- සිතීම විධිමත් කිරීම
- සැබෑ ව හඳුනා ගැනීම
- දැනුම සංරක්ෂණය
- පැවැත්ම පිළිබඳ සාධක ඉදිරියට ගෙන යාම
- වාචික ප්‍රකාශනය
- කාලය සන්නිවේදනය

නිවේදක අසංක:

හොඳයි ආචාර්ය ජයරත්න මහත්මාණෙනි, ඔබ කියන විදිහට භාෂාවට විවිධ කාර්යයන් පැවරෙනවා. ඒ වගේ ම වාචික සන්නිවේදනය සඳහාත් කාර්යයන් තියෙනවා ද ඒ මොනවා ද කියලා සඳහන් කළොත්....

ආචාර්ය ජයරත්න:

ඔව් අසංක.... අපි අනෙක් අය සමග සම්බන්ධතා පවත්වාගෙන යාමේදීත් එදිනෙදා වැඩ කටයුතුවල දීත් අපට අවශ්‍ය දේ නිසි පරිදි ඉටු කර ගැනීමට අප යොදා ගන්නේ වාචික සන්නිවේදනය. ඉතින් මෙයටත් කාර්යයන් කීපයක් පැවරෙනවා. වාචික සන්නිවේදනයේ කාර්යයන්, ලෙස අන්තර් සම්බන්ධතා පවත්වා

ගෙන යාම අන් අය සමග අදහස්, තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම මානව හැඟීම්, ආදරය, කරුණාව, දයාව ප්‍රකාශ කිරීම සාමාජීය වශයෙන් පැවැත්ම, ඉගෙනීම, ඉගැන්වීම, මග පෙන්වීම හා පෙලඹවීම, ගැටුම් නිරාකරණය, සාමය ගොඩ නැංවීම, ආවේග පිට කිරීම ආදිය දැක්විය හැකියි.

නිවේදක අසංකː

හොඳයි.... කෙනෙක් වාචික සන්නිවේදනය ප්‍රශස්ත ලෙස යොදා ගන්නවා නම් ඔහුට සමාජයේ කැපී පෙනෙන පුද්ගලයෙක් වෙන්න පුළුවන් කියලා මම අහලා තියෙනවා.... ආචාර්යතුමනි, අපේ දරුවන්ට, තමන්ගේ වාචික සන්නිවේදන නිපුණතාව අත්පත් කර ගන්න පුළුවන් වෙන්නේ කොහොමද කියලා පැහැදිලි කළොත්....

ආචාර්ය ජයරත්නː

අසංක.. ඇත්තට ම අද සමාජය දිහා බැලුවම ඇසූ දේවල් - දුටු දේවල් සියල්ල අනුකරණය කරමින් අවශ්‍ය - අනවශ්‍ය සියල්ල පටලවා ගෙන කරන වාචික සන්නිවේදන ස්වරූප තමයි අහන්න - දකින්න ලැබෙන්නේ. අපේ දරුවෝ සමාජගත වෙන්නේ පාසල හරහා. ඉතින් පාසලෙන් දෙන පන්නරය නිසා ඔවුන්ගේත්, මුළු මහත් සමාජයේත් පැවැත්ම තීරණය වෙනවා. ඒ නිසා භාෂා භාවිතය පිළිබඳ ව පවතින නීති - රීති සහ ඒවා සමාජයේ පැවැත්මට බලපාන ආකාරය අපි ඕනෑම විෂයයක් යටතේ දරුවන්ට පුහුණු කරන්න ඕනෑ.... ඉතින් මේ දුවලා - පුතාලට වාචික සන්නිවේදන නිපුණතාව වර්ධනය කර ගැනීමට පුළුවන් ක්‍රම බොහොමයක් තියෙනවා. ඒ තමයි....

වාචික සන්නිවේදන නිපුණතා සංවර්ධනයට ගත යුතු ක්‍රියාමාර්ග

- තමා සතු තොරතුරු - අදහස් ප්‍රමාණය පුළුල් කර ගැනීම
- කථන රටා පුහුණු වීම
- කථනය සඳහා පෙර සූදානම
- අන්‍යයන්ගේ කථා හා අංග චලනය හා ඉරියව් අධ්‍යයනය
- සවන් දීමට පුහුණු වීම
- කථනය සමග අංග චලනය හා ඉරියව් භාවිතය පුහුණුව

2.2 වාචික සන්නිවේදනයේ සාර්ථකත්වය සඳහා භාෂා කුසලතා

වාචික සන්නිවේදනයේ දී භාෂාව සම්බන්ධ අංග තුනක් කෙරෙහි කථිකයාගේ අවධානය යොමු කළ යුතු වේ.

1). උච්චාරණය

කුමන භාෂාවකට වුව ද උච්චාරණ විලාසයක් තිබේ. සිංහල භාෂාව හෝ දෙමළ භාෂාව හෝ කතා කිරීමේ දී ඉංග්‍රීසි උච්චාරණ විලාසය අනුගමනය කිරීම අනුචිත ය. තමා භාවිත කරන භාෂාව නිවැරදි ව උච්චාරණය කිරීමේ නිපුණතාවක් කථිකයාට තිබිය යුතු ය. උච්චාරණ දෝෂ ඇති විට, කථිකයා අදහස් කරන දේ ඉදිරිපත් නොවන්නට වුව ද පුළුවන. එවිට සන්නිවේදනය අසාර්ථක වේ. එදිනෙදා කතා බහේ දී නිවැරදි උච්චාරණය කෙරෙහි අවධානය යොමු නොකළ ද, ප්‍රසිද්ධ කථාවක් පැවැත්වීමේ දී එම නොසැලකිල්ල නිසා කථිකයා අවමානයට වුව ද ලක් විය හැකි ය.

2). අර්ථ ගැන්වීම

වාචික සන්නිවේදනයේ දී භාෂාව යොදා ගන්නේ යම් අර්ථයක් දැක්වීම සඳහා ය. කථිකයකු විසින් යොදා ගනු ලබන යෙදුම්, භාෂා ප්‍රයෝග, වචන, පර්යාය වචන, අලංකාර ආදිය මගින් අර්ථ ගැන්වීම වඩාත් සරල ප්‍රිය ජනක වන්නට පුළුවන. තමා පවසන දේ නිරවුල් ව තෝරා බේරා ගනිමින් අදහස් මනාව පෙළ ගස්වා කථනයේ යෙදීම මගින් පවසන දේ වඩා අර්ථවත්ව ප්‍රකාශ කළ හැකිය. විශේෂයෙන් වැඩි පිරිසක් ඉදිරියේ කථාවක් පවත්වන විට හෝ ගුවන් විදුලිය හෝ රූපවාහිනිය හෝ වැනි ජන මාධ්‍යයකින් යමක් කියන විට, එය විශාල ජනගහණයකට තේරුම් යන ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කළ යුතු ය.

3). යෝග්‍යතාව

අවස්ථාවට, අසන්නන්ට හා කථනයේ අරමුණට යෝග්‍ය ලෙස භාෂාව හැසිරවීම කථිකයකුගේ වගකීමකි. උදාහරණයක් වශයෙන් පෙර පාසල් වියේ දරුවන් පිරිසකට තමන්ගේ පිරිසිදුකම ගැන උපදෙස් දීමේ අවස්ථාවක් ගැන සිතන්න. මේ ග්‍රාහක පිරිස සතු භාෂා නිපුණතාව ඉතා ම අවම මට්ටමක පවතී. ඔවුන්ගේ ශ්‍රවණ අවබෝධය ද අඩු ය. ඒ නිසා සවන් දෙන යමක් තේරුම් ගත හැක්කේ සෙමිනි. එසේ ම ඉදිරිපත් කරන කරුණු ද ඔවුන්ට ආගන්තුක ඒවා වන්නට පුළුවන. ඒ නිසා කියන්නේ කුමක්ද කියා ඔවුන්ට හැඟීමක් ඇති නොවන්නට ද පුළුවන.

තවත් උදාහරණයක් දැක්වුවහොත් යම් පිරිසකට සෞඛ්‍යාරක්ෂාව පිළිබඳ උපදෙස් දීමේ වැඩසටහනක් ගැන සිතන්න. එහි දී කථිකයා ඉංග්‍රීසි වචන බහුල ලෙස භාවිත කරමින් සෞඛ්‍යාරක්ෂාව පිළිබඳ ව උපදෙස් ලබා දෙන්නේ නම්, එහි බොහෝ දෙනකුට එම උපදෙස් තේරුම් ගන්නට නොහැකි විය හැකි ය. එසේ ම ඔවුන්ට වඩාත් ගැඹුරු ලෙස ඉදිරිපත් කරන අදහස ද තේරුම් ගත නොහැකි වනු ඇත.

මේ අවස්ථා දෙකේ දී ම පෙනී යන්නේ, කථිකයාට හොඳ භාෂා නිපුණතාවක් තිබෙන්නට පුළුවන් බවයි. එහෙත් ග්‍රාහකයාට වඩා ඵලදායීව සන්නිවේදනය කරවීමට නම් ග්‍රාහකයාගේ භාෂා හැකියාවට උචිත පරිදි වාචික සන්නිවේදනයේ යෙදිය යුතුය.

2.3 අවාචික සන්නිවේදනයේ (ශාරීරික, පාරිසරික හා සාමාජීය) සාධක

නිවේදක අසංකඃ

ආචාර්යතුමණි, ඔබතුමන්ට බොහොම ස්තුතියි.... අපි මීළඟට නිශානි මහත්මියගෙන් දැන ගන්න කැමතියි.... අවාචික සන්නිවේදන ස්වරූප පිළිබඳව....

ආචාර්ය නිශානිඃ

හොඳයි අසංක.... මානව ශිෂ්ටාචාරයේ ආරම්භයත් සමග ම සන්නිවේදන ක්‍රියාවලිය ආරම්භ වූ බවට විශ්වාසයක් පවතිනවා. ආදි ම මිනිසා මුලින් ම අකුරු හෝ භාෂාව හෝ භාවිත කළේ නැහැ. ඔවුන් අතර අදහස් හුවමාරු කර ගත්තේ හැඟීම් අනුව විවිධ ක්‍රියාකාරකම් දැක්වීම මගින්. උදාහරණයක් ලෙස පුද්ගලයකුට ඇති වන කුසගින්න. පිපාසය, ආදරය, තරහ ආදිය මුහුණේ ඉරියව් හා අංග චලනය මගින් ප්‍රකාශ කළා. ඒ වගේ ම දඩයම් කිරීමේ දී මුහුණ දුන් බියකරු අවස්ථා අභිනය මගින් දැක්වීමටත්, රූප මගින් ඇඳ පෙන්වීමටත් ඔවුන් පුරුදු වුණා. අල්ටාමීරා, ලැස්කෝ ගුහා චිත්‍ර මගින් මේ බව තහවුරු වෙනවා. ඉතින් වචන භාවිතයෙන් බැහැර ව සිදු වන සන්නිවේදනය තමයි අවාචික සන්නිවේදනය කියලා කියන්නේ....



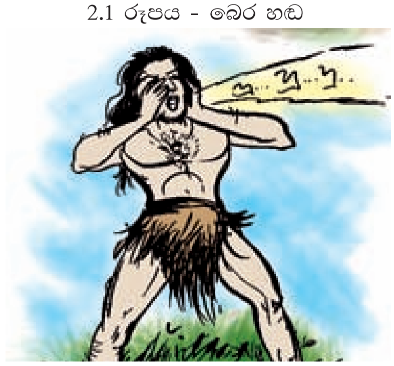
2.1 රූපය - බෙර හඬ

නිවේදක අසංකඃ

වාචික සන්නිවේදනයට මාධ්‍ය වෙන්නේ භාෂාව නේ.... එතකොට මේ අවාචික සන්නිවේදනයේ දී භාවිත වන මාධ්‍යයක් තියෙනව ද?

ආචාර්ය නිශානිඃ

ඔව්.... අවාචික සන්නිවේදනයේ දී ක්‍රම කිහිපයක් භාවිත කරනවා. ඒ සඳහා සංඥා, සංකේත සහ විවිධ හඬ යොදා ගන්නවා. ඒ වගේ ම අත වැනීම, අත්පුඩි ගැසීම, හිස වැනීම, මුහුණේ ඉරියව් වැනි ශාරීරික හැසිරීම් උපයෝග කරගෙන විවිධ අදහස් ප්‍රකාශ කරනවා. මේවා කාය භාෂාව කියලත් හඳුන්වනවා. මේකට හොඳම උදාහරණයක් තමයි,



2.2 රූපය - හූ හඬ



2.3 රූපය - බුලත් දීමේ චාරිත්‍රය



2.4 රූපය - ගිනි මැල

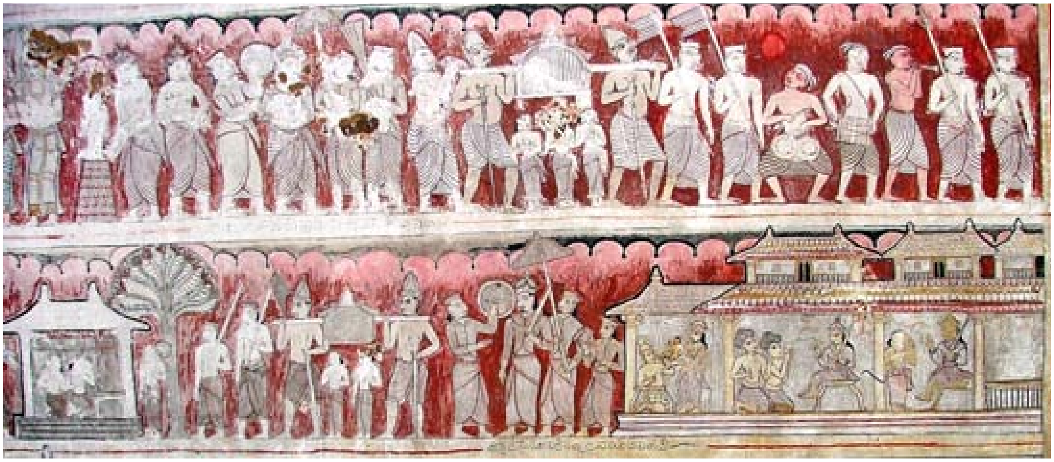


2.5 රූපය - පූජා ක්‍රම



2.6 රූපය - ජන නැටුම්

දැන් බලන්න අපි කතා කරන භාෂාව නොදන්නා කෙනෙක් සමග, එහෙමත් නැතිනම් කථන ආබාධ සහිත කෙනෙක් සමග අදහස් හුවමාරු කරන කොට අපට කතා කරන්න වෙන්නේ අංග චලන, මුහුණේ ඉරියව්, අභිනය වගේ කාය භාෂාව යොදා ගෙන නේ.... ඒ වගේ ම අපේ දරුවෝ දැකල ඇති නේ.... බස් රථවල ගමන් කරන විට රියදුරු මහතා, කොන්දොස්තර මහතා අතේ ඇඟිලිවලින් කොයි තරම් පණිවුඩ හුවමාරු කර ගන්නවා ද කියලා.... ඒ වගේම මාර්ග හසුරුවන පොලිස් නිලධාරීන්, ක්‍රීඩා විනිසුරුවන් මේ විදිහට අවාචික සන්නිවේදනය නිතර ම භාවිත කරනවා. අසංක, අපේ සාම්ප්‍රදායික සමාජයේ හූව, බෙර හඬ, සණ්ඨාර නාදය, කොඩි වර්ග වගේ දේවලුත් ගුහා චිත්‍ර, ජනරූප, ජන නැටුම්, පූජා ක්‍රම වගේ දේවලිනුත් අවාචික ව විවිධ අදහස් සන්නිවේදනය කර ගෙන තියෙනවා.... දැන් බලන්න බුලත් ගැන හිතලා. මඟුලට, ගොයම් කයියකට ආරාධනාවක් කරන කොට ඒවායේ භාවිතය වෙනස් වන හැටි.... ඉතින් ඒ තුළිනුත් විවිධ අදහස් අවාචික ව සන්නිවේදනය වෙනවා. භාෂාවේ සම්මත ව්‍යාකරණය බිඳ දැමීමෙන් නිර්වාචික



2.7 රූපය - ලෙන් චිත්‍ර-දඹුල්ල රජමහා විහාරය,

සන්නිවේදනය ගොඩනැගෙන අවස්ථා නිර්මාණය කර ගත හැකි ය. අතිශය දැඩි බියක්, බ.... යා.... ....යි ලෙස ප්‍රකාශ කිරීමට හෝ ලිවීමට හැකි ය. මෙහි ඇත්තේ නිර්වාචික ස්වරූපයයි. විශේෂයෙන් ගැඹුරු හැඟීම් ප්‍රකාශනයේ දී භාෂාවේ වචන භාවිත කරනුයේ නිර්වාචික ස්වරූපයෙනි.

නිවේදක අසංකඃ

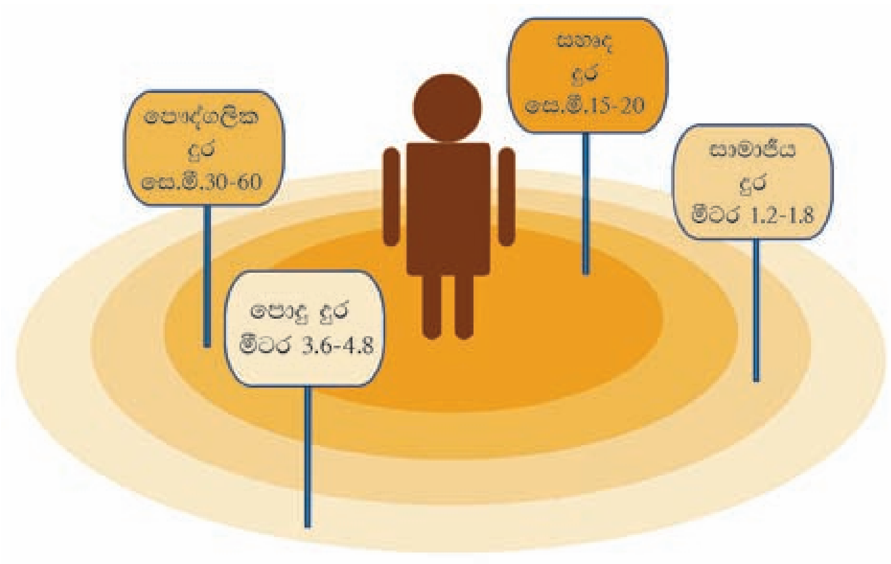
ආචාර්යතුමියනි. අවාචික සන්නිවේදනය ඉතා ප්‍රබල මාධ්‍යයක් බව අපට වැටහෙනවා. මේවා කොහොම ද සමාජය තුළ ක්‍රියාත්මක වෙන්නේ කියලා කෙටියෙන් පැහැදිලි කළොත්....

1). සාමාජීය සාධක

ආචාර්ය නිශානිඃ

ඔව්.... අවාචික සන්නිවේදනය සාධක තුනක් යටතේ කතා කරන්න පුළුවන්.... ඒ තමයි සාමාජීය සාධක, පාරිසරික සාධක හා ශාරීරික සාධක. සමාජයක් කියලා කියන්නේ පුද්ගල එකතුවකට. ඉතින් මේ පුද්ගලයන්ගේ සම්බන්ධතා තුළින් සන්නිවේදනය වන්නේ කුමක්දැයි අර්ථකථනය කරන්නේ සාමාජීය සාධක මගින්. පුද්ගලයෙක් තවත් පුද්ගලයෙක් සමග කතා බහ කරද්දී ඔවුන් අතර පවතින දුර නැතිනම් අවකාශය අනුව මේ සාමාජීය සාධක වර්ග හතරකට වෙන් කරනවා.. බලන්න අසංක මේ සටහන දිහා. අසංක.... මේ පුද්ගල අවකාශය කියන්නේ සන්නිවේදනයට සහභාගි වන පුද්ගලයන් අතර පවතින දුර... දැන් බලන්න. අපි දූ දරුවන්, සහෝදර සහෝදරියන්, අඹු සැමියන්, දෙමාපියන් හා දරුවන් යන අය ගත්තා ම ඒ අය කතා කරන්නේ ඉතා ම සමීපයෙන් සිටිමින්. ඉතින් මේ සමීප බව **සහෘද අවකාශය** කියලා හඳුන්වනවා. ඒ ඥාතිත්වය, හිතවත්කම, දුරස් වන විට ඔවුන් අතර අවකාශයත් වැඩි වෙනවා. ඒ ආකාරයෙන් පෞද්ගලික

අවකාශය, සාමාජීය අවකාශය හා පොදු අවකාශය ඇති වෙනවා. පෞද්ගලික අවකාශයේ ඉන්නේ යහළුවන්. සාමාජීය අවකාශයේ ඉන්නේ ගනුදෙනුකරුවන්. පොදු අවකාශයේ ඉන්නේ සාමාන්‍ය ජනයා.



පුද්ගලයන් අතර දුර අනුව අවාචික සන්නිවේදනයේ සාමාජීය සාධක
2.8 රූපය

2). පාරිසරික සාධක

නිවේදක අසංකඃ

එතකොට පාරිසරික සාධක?

ආචාර්ය නිශානිඃ

ඔව්.... මේ පාරිසරික සාධක අපේ එදිනෙදා ජීවිතය සමගත්, අපගේ රැකියා සමගත් බැඳිලා තියෙනවා.... දැන් අපේ ගෙදර ගැන සිතමු. එහි පිහිටීම දිහා බැලුවම ආරක්ෂාව සඳහා ගේට්ටු, තාප්ප, නිර්මාණාත්මක බව සඳහා මිදුල, උද්‍යානය, ගෙවත්ත හා නිවසේ වර්ණ, හැඩය හා ගෘහ නිර්මාණ ශිල්පය ආදිය බැලුවොත් එම නිවසේ ජීවත් වන අය ගැන යමක් ඒ තුළින් කියවෙනවා නේද? නිවසක ඇතුළත තියෙන බඩු භාණ්ඩවලිනුත් ඒ වගේ ම යමක් කියවෙනවා. ඒ වගේ ම දුවලා, පුතාලා ඉගෙන ගන්න ඉස්කෝලේ ගැන හිතන්න. එහි විදුහල්පතිතුමාගේ කාමරය, එහි ඇති මේසය, මේසය උඩ හා පිටු පස තිබෙන දේ, පුටුව, කාමරයේ විශාලත්වය, ඒවායින් කියවෙන්නේ විදුහල්පතිතුමාගේ ප්‍රධානත්වය. ඕනෑ ම ආයතනයක එහෙම තමයි. ඒ ඒ අය ගේ තරාතිරමේ හැටියට තමයි පුටු, මේස හා අනෙක් ඉඩ කඩ තියෙන්නේ.

3). ශාරීරික සාධක

නිවේදක අසංකඃ

එතකොට ශාරීරික සාධක?

ආචාර්ය නිශානිඃ

ශාරීරික සාධක කියන්නේ දැකීමෙන් යම් අදහසක් මතු කරන සන්නිවේදනාංග. මේ ශාරීරික සාධක අපි දැනුවත් ව හෝ නොදැනුවත් ව අවාචික සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගන්නවා.

1. ශාරීරික ඉඟි හා ඉරියව්
2. මුහුණේ ඉඟි හා ඉරියව්
3. ඇස්වල හැසිරීම
4. හඬ, උච්චාරණය හා නිහඬ බව
5. ඇඳුම් හා පැලඳුම්
6. ස්පර්ශය
7. ගන්ධය

අද සමාජය දිහා බැලුවම වෙළෙන්දන් මේ ශාරීරික සාධක භාවිත කරමින් අප ව ඔවුන්ගේ වාණිජ අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා යොදා ගන්න කොතරම් වෙහෙසනව ද? ඒ වගේ ම අපිත් අවශ්‍ය නොවුණත් ඔවුන්ට රැවටී විවිධ දේ මිල දී ගැනීමට උත්සාහ කරනවා. ඒ නිසා අපි වගකීමකින් යුතු ව කටයුතු කරනවා නම් මෙවැනි දේවලින් මිදෙන්න පුළුවන්. අසංක.... මෙතෙක් අප කතා කළ දේ ඇසුරින් දරුවන්ගේ දැනුම තහවුරු කර ගන්න දරුවන්ට කියවීම් පත්‍රිකා ටිකක් දෙමු.

2.4 වාචික හා අවාචික සන්නිවේදන නිපුණතා

සාමාජීය පුද්ගලයකු වශයෙන් සාර්ථක ව ජීවත් වන්නට නම් වාචික සන්නිවේදනය පිළිබඳ මනා නිපුණතාවක් සෑම කෙනකුට ම තිබිය යුතු ය. ගෘහ ජීවිතය තුළ ද, රැකියා ජීවිතය තුළ ද, සාමාජීය ජීවිතය තුළ ද, මේ ආකාරයෙන් විවිධ ලෙස වාචික සන්නිවේදනයේ යෙදීමේ නිපුණතාව අත්පත් කර ගත හැක්කේ ඒ පිළිබඳ ව පුහුණු වීමෙනි. මෙහි දී පුහුණුව යන්නෙන් අදහස් වන්නේ, පුහුණු පාඨමාලාවකට සහභාගි වීම නො වේ. විවිධ අවස්ථාවල දී යෝග්‍ය පරිදි කතා කිරීමේ හැකියාව ඇති කර ගැනීම ය.

පාසල මේ සඳහා හොඳ ම ස්ථානයකි. පාසලේ විවිධ සමිති ක්‍රියාත්මක වේ. මාධ්‍ය සමාජය ද ඉන් එකකි. විවිධ සමිති පැවැත්වීමේ එක් අරමුණක් වන්නේ, පාසල් යන දරුවන් වූ ඔබට පිරිසක් ඉදිරියේ කතා කිරීමට අවස්ථාව සලසා දීම ය. ඒ ඒ සමිති රැස්වීම් වාරවල දී තමන්ට ලැබෙන පරිදි කතා පැවැත්වීමෙන් ඒ පිළිබඳ පුහුණුවක් ඉබේ ම ලැබේ. ඒ හැර පාසලේ කථික තරගවලට ඉදිරිපත් වීම, විවාද කණ්ඩායමේ සාමාජිකත්වය ලබා ගෙන කටයුතු කිරීම ආදිය තවත් අවකාශයන් ය. පාසල් කාලයේ දී මෙසේ කතා කරන්නට තමන්ට ලැබෙන අවස්ථාව නිසි පරිදි ප්‍රයෝජනයට ගැනීමෙන් අනාගතයේ දී සමාජයේ ඕනෑ ම අවස්ථාවක යෝග්‍ය පරිදි කතා කරන්නට ඔබට හැකියාව ලැබේ.

වාචික සන්නිවේදන නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගැනීමේ දී අවධානය යොමු කළ යුත්තේ කතා කිරීම සම්බන්ධයෙන් පමණක් නො වේ. කතා කිරීම එක් පැත්තක ද, සවන් දීම හා අසා සිටීම තවත් පැත්තක ද පවතී. සවන් දීම යනු අවධානයෙන් යුතු ව කරනු ලබන්නක් වන අතර, අසා සිටීම අවධානයකින් තොර ව කරනු ලබන්නකි. මේ නිසා කතා කිරීමේ නිපුණතාව මෙන් ම සවන් දීමේ නිපුණතාව ද සෑම කෙනකු විසින් ම සංවර්ධනය කර ගැනීම යෝග්‍ය ය.

වාචික සන්නිවේදනයට සම්බන්ධ ව ම අවාචික සන්නිවේදනය ද පෝෂණය කර ගත හැකි ය. විශේෂයෙන් ශාරීරික සාධක වන අංග චලනය, මුහුණේ ඉරියව්, ශාරීරික ඉරියව්, ඇස් සම්බන්ධතාව හා හඬ හැසිරවීම පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කළ යුතු ය. මේ සඳහා යොදා ගත හැකි ක්‍රම කිහිපයක් පහත දැක් වේ. හැකි පමණින් මෙම ක්‍රම අත්හදා බැලීමෙන් ඔබගේ වාචික හා අවාචික සන්නිවේදන නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගත හැකි ය.

1. නිවසේ දී කැඩපත ඉදිරියේ කතා පැවැත්වීම
2. කථික හා විවාද වැඩසටහන්වලට සහභාගි වීම
3. වෙනත් අයගේ කථන රටා අධ්‍යයනය හා අනුකරණය
4. තමන්ගේ වාග්මාලාව පුළුල් කර ගැනීම
5. තමා සතු තොරතුරු හා අදහස් පුළුල් කර ගැනීම
6. බොහෝ පොත්පත් හා පුවත්පත් කියවීම
7. ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ යෝග්‍ය වැඩසටහන් අධ්‍යයනය

වාචික හා අවාචික සන්නිවේදන නිපුණතා සංවර්ධනය අසීරු දෙයකැයි ඉහත ලැයිස්තුව කිය වූ විට ඔබට සිතෙන්නට පුළුවන. එහෙත් එය අසීරු කාර්යක් නො වේ. එය දිගු කාලයක් තිස්සේ ටිකෙන් ටික පුහුණු කළ යුත්තකි. වාචික සන්නිවේදනයෙහි ඉහළ නිපුණත්වයක් ඇති තැනැත්තාට සමාජයේ ඉහළ ස්ථානයක් අත්පත් වේ.

2.5 ලිඛිත සන්නිවේදනය

ලේඛනය යනු භාෂාවේ දෘශ්‍ය ස්වරූපයයි. වාචික සන්නිවේදනයේ දී අප කතා කරන දෑ කාලයේ හා අවකාශයේ මැකී යයි. නමුත් ලිඛිත සන්නිවේදනයේ දී භාෂාවේ රූපමය ස්වභාවය වන අක්ෂර භාවිතයෙන් සකස් කර ගන්නා ලේඛන ස්ථිර ව රඳවා තබා ගනු ලැබේ. ඒ නිසා එම භාෂාව දන්නා අයකුට එය කියවා අවබෝධ කර ගත හැකි ය.



2.9 රූපය - නිශ්ශංක මල්ල රජු (ක්‍රි.ව.1187-1196) විසින් පිහිටුවන ලද ගල්පොත ශිලා ලිපිය - පොළොන්නරුව

1). භාෂාව හා ලේඛනය

භාෂාව උපදින්නේ වාචික සන්නිවේදනය පාදක කර ගෙන ය. එහෙත් ලිවීම ආරම්භ කළ පසු ව එය වෙන් ව සංවර්ධනය වන්නට පටන් ගත්තේ ය. සිංහල හෝ දෙමළ හෝ භාෂාවල පවත්නා ලක්ෂණයක් නම්, වාචික භාෂාවට වඩා වෙනස් ලෙස ලිඛිත භාෂාව පවත්නා බව ය. භාෂාවේ රූප දෙකක් මෙහි දී පෙනෙන නිසා, මෙසේ වාචික හා ලිඛිත ලෙස භාෂාව පැවතීම '**භාෂා ද්විරූපතාව**' යනුවෙන් හඳුන්වනු ලැබේ.

සන්නිවේදනයේ දී යොදා ගැනෙන ප්‍රධාන ම උපකරණය භාෂාවයි. එහි පවත්නා මේ ද්විරූපීය ගුණය පිළිබඳ ව ඔබ දැන සිටිය යුතු ය. එයින් අදහස් වන්නේ අප කතා කරන ආකාරයෙන් ලියන්නේ නැති බව ය. කතා කරන දෙය ම අදහස් වන නමුදු, ලිවීමේ දී වඩාත් විධිමත් පිළිවෙලකට භාෂාව යොදා ගැනේ. ඒ නිසා වාචික භාෂාව හා ලිඛිත භාෂාව අතර වෙනස්කම් දැන සිටීම ඉතා වැදගත් ය. ලිඛිත භාෂාව පිළිබඳ ව සැලකිල්ල යොමු කිරීමේදී හඳුනාගත හැකි අංග කිහිපයක් පහත දැක් වේ.

රාජකාරි ලිපි යවන්නාගේ නම ලිපිනය දිනය ලිපියේ මාතෘකාව අන්තර්ගතය අවසානය	**වාර්තා** යම් රැස්වීමක්, සම්මන්ත්‍රණයක් හෝ තොරතුරු සමූහයක්, විශේෂ පිරිසක් ඉලක්ක කර ගෙන සකස් කරන ලේඛනයකි.	**ජීව දත්ත පත්‍රිකාව** ඒ 4 කඩදාසිය භාවිතය පරිගණක අකුරු භාවිතය ආකර්ෂණීය බව සැලැස්ම මාතෘකා තද අකුරින් වර්ණ අකුරු හෝ කඩදාසි යොදා නොගැනීම

2.1 වගුව

වාචික භාෂාවට වඩා ලිඛිත භාෂාව විධිමත් ය.

- එහි ව්‍යාකරණ තිබේ.
- අක්ෂර වින්‍යාස තිබේ.
- අකුරුවලට හැඩයක් තිබේ.
- විරාම ලක්ෂණ යෙදිය යුතු ය.
- ලිවීමේ දී වචන ඈත් කර ලිවිය යුතු ය.
- එක් වාක්‍යයක් තවත් වාක්‍යයකින් වෙන් කර දැක්විය යුතු ය.
- එක් ඡේදයක් තවත් ඡේදයකින් වෙන් කර දැක්විය යුතු ය.

සමහර ලේඛන සඳහා සම්මත ආකෘති අනුගමනය කළ යුතු ය. මෙම අංග පුහුණු විය යුත්තේ නිරන්තරව ම ලිවීමෙනි. ලියන්නේ කෙසේ ද යන්න හඳුනා ගත හැක්කේ වෙනත් දක්ෂ ලේඛකයන් විසින් ලියන ලද විවිධ ලේඛන අධ්‍යයනය කිරීමෙනි.



2.10 රූපය - ලිවීමේ දක්ෂයකු වීමට පොත්, පුවත්පත් හා සඟරා කියවිය යුතු ය.

ඒ නිසා කියවීම ලිවීමේ පදනම ලෙස සැලකිය හැකි ය. එනම් ඔබ ලිවීමේ දක්ෂයකු වීමට කැමැත්තේ නම් පුවත්පත් හා සඟරා ආදි බොහෝ දේ කියවිය යුතුයි.

2). ඵලදායි ලේඛනයක ලක්ෂණ

- **නිරවුල් බව හා පැහැදිලි බවඃ**

  ඕනෑ ම ලේඛනයක ඵලදායිතාව රඳා පවතින්නේ එහි ඇති අන්තර්ගතය අනුව යි. ලේඛනයක අන්තර්ගත අදහස නිශ්චිත ව දැක්විය යුතු ය.

- **ලේඛනයට උචිත ආකෘතිය හා නිර්මාණශීලී බව**

  එක් එක් ලේඛනයට යොදා ගන්නා සැලසුම් සඳහා අනන්‍යතාවක් පවතී. රාජකාරි ලිපි, පෞද්ගලික ලිපි, ආකෘති පත්‍ර, වාර්තා, විද්‍යුත් තැපැල් ආදියෙහි ආකෘති දෙස බැලූ විට මෙම වෙනස්කම් හඳුනා ගත හැකි ය. එමෙන් ම එහි ඇති නිර්මාණශීලී බව ද වැදගත් වේ.

- **සම්මත ව්‍යාකරණ විධි භාවිතය**

  ලේඛනයේ දී භාෂාව නිවැරදි ව යොදා ගත යුතු ය. සාහිත්‍යමය ලේඛනවල දී භාෂාව සෞන්දර්යාත්මක ව හා නිර්මාණශීලී ව යොදා ගැනේ. එහෙත් රාජකාරි ලිපිවල දී යොදා ගන්නේ එයටම ආවේණික වූ භාෂා රටාවකි.

3). ලේඛන නිපුණතා

ලේඛනය පිළිබඳ නිපුණතාවක් නැතිනම් ලේඛන පරිචයක් ලබා ගන්නට කෙනකුට සෑහෙන කාලයක් ගත වේ. දිගින් දිගට ම ලිවීමෙන් ලේඛන නිපුණතාව ලබා ගත හැකි ය. එසේ ම පොත්පත් කියවීම ද අත්‍යවශ්‍යය. එදිනෙදා ජීවිතයේ දී අවශ්‍ය රාජකාරි ලිපි ලිවීම, වාර්තා ලිවීම, ජීව දත්ත පත්‍රිකා සැකසීම වැනි ලේඛන සකස් කර ගැනීමට අපට සිදු වේ. ඒ නිසා විවිධ කරුණු යටතේ ලියවුණු ලිපි අධ්‍යයනය කිරීම හා එවැනි ලිපි ලිවීම මගින් ස්වකීය ලේඛන කුසලතා වර්ධනය කර ගත හැකි ය. එසේ ම පාසලේ සමිතිවල වාර්තා ලිවීම, පාසලේ ප්‍රවෘත්ති පුවත්පත්වලට ලියා යැවීම ආදිය ද කළ හැකි ය. කෙනකුට ලේඛන කුසලතා අත්පත් කර දීම වෙනත් කෙනකුට කළ නොහැකි ය. එය තමන් විසින් ම පුහුණු කර ගත යුත්තකි. නිර්මාණාත්මක ව කවි, කෙටිකතා ලිවීම ද මෙහි දී පුහුණු විය යුතු ය.

2.6 ශ්‍රව්‍ය හා දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය

1). දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය

මානව පරිණාමය දෙස බලන විට මුල් ම සන්නිවේදන ක්‍රමය ලෙස හැඳින්විය හැක්කේ දෘශ්‍ය සන්නිවේදනයයි. එදා මිනිසා සාමූහික ව කටයුතු කරන්නට පෙලඹීමත් සමග ම ඔවුනොවුන් අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමට මුලින් ම ගින්දර, දුම හා සූර්යාලෝකය භාවිත කළහ. වනයේ දී තමන් ලැබූ අත්දැකීම්, සතුන් දඩයම් කළ ආකාරය ආදිය අනෙක් අයට ප්‍රකාශ කළේ අභිනය, අංග චලන හා මුහුණේ ඉරියව් මගිනි. මේවා දැකීමෙන් අදහස් වටහා ගත් ඔවුන් පසු ව ගස්වල, ගල්වල රූප ඇඳ පෙන්වීමට යොමු විය. දෘශ්‍ය සන්නිවේදනය ආරම්භ වන්නේ මේ ආකාරයෙනි.

පසු ව ගුහා චිත්‍ර හා රංගනය තුළ ද දෘශ්‍ය මාධ්‍යය පෝෂණය විය. මේ ආකාරයෙන් දැකීම පාදක කර ගෙන තොරතුරු, අදහස් ලබා ගැනීම සඳහා භාවිත වන කුමන හෝ මාධ්‍යයක් දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස හැඳින් වේ.



2.11 රූපය - තන්තිරිමලය වැදි සිතුවම්

සාමාජීය අවශ්‍යතා මත අද විවිධ දෘශ්‍ය මාධ්‍ය භාවිත වේ. උදාහරණයක් ලෙස මහා මාර්ගයේ ඇති විවිධ සංකේත දැක්විය හැකි ය. පාර මාරු වන ස්ථානය, නළා ශබ්ද කිරීම තහනම්, වාහන හැරවීම තහනම් ආදි වශයෙන් ඇති මාර්ග සංඥා පුවරු ද මේ ආකාරයේ දෘශ්‍ය සන්නිවේදන මෙවලම් වේ.



2.12 රූපය - මාර්ග සලකුණු

2). දෘශ්‍ය මාධ්‍ය නිපුණතා

සාම්ප්‍රදායික හා නවීන දෘශ්‍ය මාධ්‍ය මෙවලම් තේරුම් ගැනීමටත්, ඒවාට අනුගත වීමටත් අවශ්‍ය නිපුණතා වර්තමානයේ ජීවත් වන්නවුන්ට අත්‍යවශ්‍ය ය. මහා මාර්ගයේ විනය පවත්වා ගෙන යාමට එම නිපුණතාව අත්‍යවශ්‍ය ය. රිය අනතුරු විශ්ලේෂණය කළ හොත් පෙනෙන්නේ ඒවායින් වැඩි ප්‍රමාණයක් මාර්ග සංඥා හා සලකුණු නො සලකා හැරීම නිසා සිදු වී ඇති බව ය. රියැදුරෝ ද මගීහු ද එක සේ මේ නො සලකා හැරීම කරති. පාරේ කහ ඉර සංඥාවක් ගත් විට ඒ පිළිබඳ නිපුණතා ජනයා තුළ අඩු බව පෙනේ. කහ ඉර පාවිච්චි කිරීමේ දී දෙපස එන වාහන දෙස බැලීමට ද ජනයා පුරුදු විය යුතු ය. මහජන පුස්තකාලවල දී නිශ්ශබ්ද විය යුතු බවට ද දුරකථන ක්‍රියා

සාම්ප්‍රදායික දෘශ්‍ය මාධ්‍ය	නූතන දෘශ්‍ය මාධ්‍ය
ගින්දර	අත් පත්‍රිකා (Handouts)
දුම	පෝස්ටර් (Posters)
ගස්වල එල්ලූ කොළ අතු	පොත් පිංච (Booklets)
චිත්‍ර	බිත්ති සටහන් (Wall Charts)
ගස්වල කැපූ කට්ටා	ධාරා සටහන් (Flow Charts)
	මාර්ග සංඥා (Road Signals)

2.2 වගුව

විරහිත කළ යුතු බවට ද සංඥා ප්‍රදර්ශනය කෙරේ. අද සමාජයේ ජීවත් වන සෑම කෙනෙක් ම මේ ආකාරයෙන් තමන්ගේ නෙත ගැටෙන සන්නිවේදන සංඥා සංකේත තේරුම් ගෙන එයට අනුගත වීමට අවශ්‍ය නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගත යුතු ය.

3). ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය

හඬ පාදක කර ගෙන සිදු වන සන්නිවේදනය ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනය ලෙස හැඳින්වේ. මේ සඳහා ශ්‍රවණය කිරීමේ හැකියාව තිබිය යුතු ය. මෙහි දී විවිධ ශබ්ද හා ධ්වනිය උපයෝග කර ගෙන විවිධ අර්ථ පැහැදිලි කර ගත හැකි ය. ශ්‍රව්‍ය සන්නිවේදනයේ දී ද සාම්ප්‍රදායික හා නූතන සන්නිවේදන ප්‍රභේද දකින්නට ලැබේ.

4). දෘශ්‍ය මාධ්‍ය නිපුණතා

විවිධ ශබ්ද තේරුම් ගැනීමටත්, යෝග්‍ය පරිදි ඒවාට අනුගත වීමටත් පුරුදු වීම ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍ය නිපුණතා අත්පත් කර ගැනීමෙන් හැකි වේ. සාම්ප්‍රදායික ව පිළි ගෙන ඇති විවිධ ශබ්දවලට අරුත් ගැන්වීම සමාජය විසින් කරනු ලබන අතර, ඒවා ඊළඟ පරම්පරාව ඉගෙන ගත යුතු ය. එසේ ම ගුවන්විදුලිය, සංගීතය ඇතුළු නවීන ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍ය ග්‍රහණය කර ගැනීමට හා තේරුම් ගැනීමටත්, ඒවා තමන්ගේ ජීවිතයට ප්‍රයෝජනවත් කර ගැනීමටත් අවශ්‍ය නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගැනීම අවශ්‍ය ය.

වර්තමානයේ පෙනෙන කරුණක් නම් ශ්‍රව්‍ය මාධ්‍ය ද, දෘශ්‍ය මාධ්‍ය ද බොහෝ විට එක් ව පවතින බව ය. රූපවාහිනිය හා සිනමාව මෙන් ම වීඩියෝ පට ආදිය ද මෙයට අයත් ය. ඒ නිසා නූතනයේ දී ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය මාධ්‍ය යනුවෙන් නව භාවිතයක් ද ඇති වී තිබේ.

සාම්ප්‍රදායික ශබ්ද මාධ්‍ය	නූතන ශබ්ද මාධ්‍ය
❑ හූව	❑ ගුවන් විදුලිය
❑ ඝණ්ටාර හඬ	❑ සංගීතය
❑ බෙර හඬ	❑ කෘත්‍රිම නාද
❑ සත්ත්ව නාද	❑ විවිධ නාද සංඥා ආදිය
❑ ස්වභාවික ශබ්ද ආදිය	

2.3 වගුව

2.7 විධිමත් සන්නිවේදනය

කිසියම් නිශ්චිත අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා පුද්ගලයන් රාශියක් එක් ව කටයුතු කිරීමේ දී එය සංවිධානයක් ලෙස හැඳින්වේ. විවිධ පාර්ශ්ව එක් ව පොදු අරමුණක් වෙනුවෙන් කටයුතු කිරීම මෙහි ලක්ෂණයයි. පාසල, රෝහල, පොලිසිය, ප්‍රාදේශීය ලේකම් කාර්යාලය, වෙළෙඳ ව්‍යාපාර, ආදිය උදාහරණ ලෙස දක්වන්නට පුළුවන. මෙවැනි සංවිධානයක ජීව රුධිරය ලෙස සැලකෙන්නේ විධිමත් සන්නිවේදනයයි. එනම් සංවිධානයේ ප්‍රධානියාගේ අධිකාරි බලය යටතේ සැලසුම් සහගත ව ක්‍රියාත්මක වන සන්නිවේදනයයි. මෙහි දී අවශ්‍යතාව අනුව විවිධ මාධ්‍ය භාවිතයට ගැනේ.

සංවිධානයක් තුළ විධිමත් සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ආකාර තුනකි.

1). ඉහළ සිට පහළට සන්නිවේදනය

සංවිධානයක ඉහළ නිලධාරියාගේ සිට පහළ කාර්ය මණ්ඩලය වෙත කෙරෙන සන්නිවේදනය මෙයින් අදහස් වේ. සංවිධානයේ කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා කාර්ය මණ්ඩලයට විවිධ තොරතුරු විවිධ අවස්ථාවල දී අවශ්‍ය වේ. ඒවා නියමිත වේලාවන්හි දී නියමිත ආකාරයට ලබා දීම ඉහළ සිට පහළට සන්නිවේදනයේ කාර්යයයි. මේ සඳහා චක්‍ර ලේඛ, ලිපි, ශබ්ද විකාශන පද්ධති, දැන්වීම් ආදිය භාවිත කෙරේ.

2). පහළ සිට ඉහළට සන්නිවේදනය

සංවිධානයේ ස්වරූපය එසේ ම තිබිය දී පහළ කාර්ය මණ්ඩලවල අදහස් ඉහළ තනතුරු දරන්නන් වෙත ඉදිරිපත් කිරීම පහළ සිට ඉහළට සන්නිවේදනයේ දී සිදු වේ. මෙය සංවිධානයක පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය තොරතුරු ගලා යාමකි. මෙහි දී සේවක කමිටු, රැස්වීම්, යෝජනා පෙට්ටි, සාකච්ඡා, අංශ රැස්වීම් ආදි ක්‍රම යොදා ගත හැකි ය.



හරස් අතරට සිදුවන සන්නිවේදනය

2.13 රූපය

3). හරස් සන්නිවේදනය

ආයතනයක් තුළ ඒ ඒ මට්ටම්වල කාර්ය මණ්ඩල අතර ක්‍රියාත්මක වන සන්නිවේදනය හරස් සන්නිවේදනය යනුවෙන් හැඳින් වේ. සංවිධානයක එදිනෙදා කටයුතු කර ගෙන යාමේ දී සමාන්තර කාර්ය මණ්ඩල අතර තොරතුරු හුවමාරුව අවශ්‍ය වේ. මේ සඳහා ලිපි මෙන් ම, අභ්‍යන්තර දුරකථන පද්ධති ද බහුල ව යොදා ගැනේ. එසේත් නැතිනම් මුහුණට මුහුණ ලා කෙරෙන කතා බහ ද මෙයට අයත් වේ.

4). විධිමත් සන්නිවේදන ආකෘති

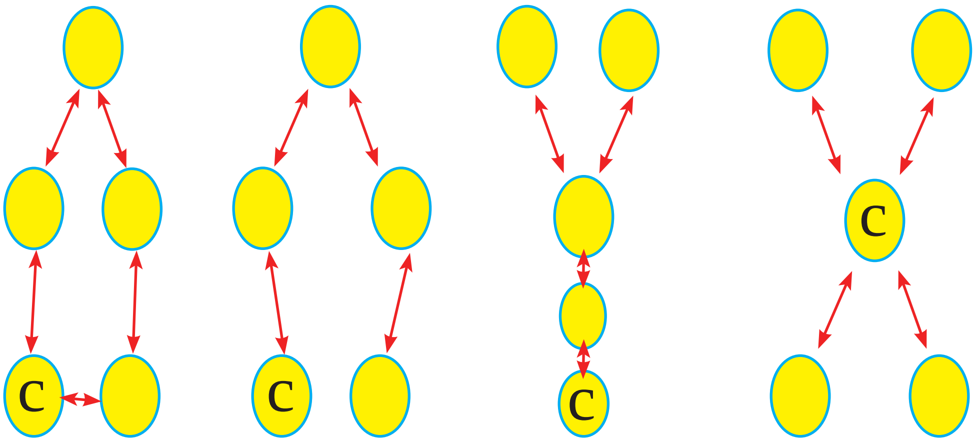
විධිමත් සන්නිවේදනය සිදු වන ආකාරය අනුව ඒවායේ ආකෘති වෙන් කර හඳුනා ගත හැකි ය. මූලික වශයෙන් එහි ආකෘති හතරක් තිබේ.

පළමු ව එක් අයෙකුගෙන් තවත් අයෙකුට ද, එයින් තවත් අයෙකුට ද වශයෙන් මෙම ස්වරූපය තුළ අවසානයේ සන්නිවේදකයා වෙත සංදේශය නැවත සම්බන්ධ වේ. මෙහි ඇත්තේ චක්‍රීය ස්වරූපයකි. එබැවින් මෙය චක්‍රීය ආකෘතියක් (Circle Model) ලෙස හැඳින් වේ.

දෙවනුව එක් අයෙකුගෙන් තවත් අයෙකුට ද, එයින් තවත් අයෙකුට ද වශයෙන් මෙම ස්වරූපය දිගට ම පැතිරී යන නමුත් අවසානයේ සංදේශය සන්නිවේදකයා වෙත නොපැමිණේ. ඒ නිසා මෙහි ඇත්තේ දම්වැලක ස්වරූපයකි. එබැවින් මෙය දාම ආකෘතියක් (Chain Model) ලෙස හැඳින් වේ.

තුන්වෙනුව එක් අයෙකුගෙන් තවත් අයෙකුට ද වශයෙන් දෙතුන් දෙනෙකුගෙන් පසු එම සන්දේශය වැඩි දෙනෙකු අතර පැතිරී යයි. මෙය ඉංග්‍රීසි වයි අකුරේ හැඩය ගන්නා ආකාරයට සිදු වන පැතිරීමකි. එබැවින් මෙය වයි ආකෘතිය (Y Model) ලෙස හැඳින් වේ.

සිවුවෙනුව එක් අයෙකු කේන්ද්‍ර කර ගෙන බොහෝ දෙනාට සංදේශය පැතිරී යයි. මෙහි ඇත්තේ රෝදයක ස්වරූපයකි. එබැවින් මෙය රෝද ආකෘතියක් (Wheel Model) ලෙස හැඳින්වේ. මෙම ආකෘති හතර පහත සඳහන් ආකාරයෙන් රූපසටහන් මගින් දැක්විය හැකි ය.



2.14 රූපය

චක්‍රීය ආකෘතිය	දාම ආකෘතිය	වයි ආකෘතිය	රෝද ආකෘතිය
Circle Model	Chain Model	Y Model	Wheel Model

විධිමත් සන්නිවේදනයේ මේ ආකෘති දැන ගැනීම ප්‍රයෝජනවත් වන්නේ, යම් සන්දේශයක් ග්‍රාහකයා වෙත ළඟා විය යුතු ආකාරය සැලසුම් කිරීමේ දී ය. එය ඔබට ද පාසල තුළ හා පෞද්ගලික ජීවිතයේ සන්නිවේදන කටයුතු සාර්ථක කර ගැනීම සඳහා යොදා ගත හැකි ය.

5). අවිධිමත් සන්නිවේදනය

යම් සංවිධානයක් තුළ ක්‍රියාත්මක වන විධිමත් සන්නිවේදනයෙන් බැහැර ව සිදු වන සියලු තොරතුරු හුවමාරු කිරීම් අවිධිමත් සන්නිවේදනයට අයත් වේ. එයට අයත් වන්නේ කටකතා, කේලාම්, ඕපාදූප ආදියයි. විධිමත් සන්නිවේදනය කොතරම් ශක්තිමත් වුවත් අවිධිමත් සන්නිවේදනය සිදු වීම වැළැක්විය නොහැකි ය.

අවිධිමත් සන්නිවේදනය සඳහා බලධාරියකු නැත. නමුත් විධිමත් සන්නිවේදනයට වඩා වේගයෙන් පැතිර යයි. එසේ ම අවිධිමත් සන්නිවේදනය ආරම්භ වන්නේ කොතැනකින්දැයි කිව නො හැකි ය. මුලින් පැතිරෙන්නට පටන් ගන්නා අවිධිමත් ආරංචිය කෙමෙන් වෙනස් වීමට හා විකෘති වීමට භාජනය වීම අනිවාර්යයෙන් සිදුවේ.

6). අවිධිමත් සන්නිවේදන ආකෘති

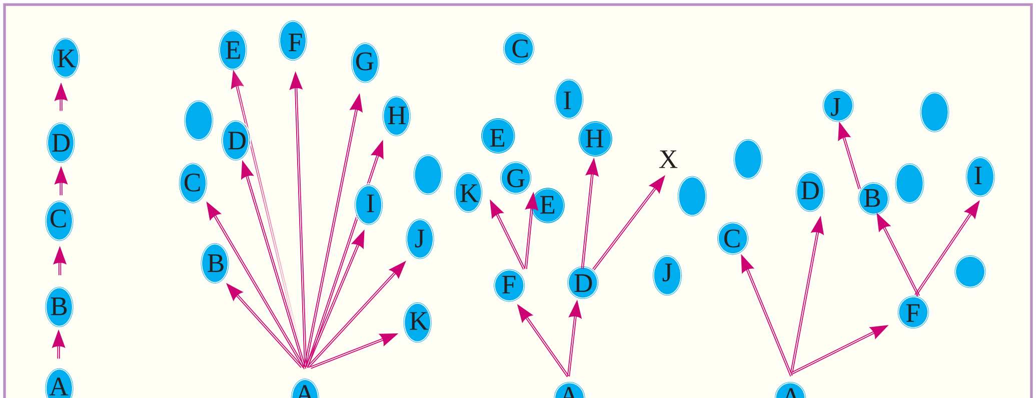
අවිධිමත් සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය අනුව ආකෘති හතරක් දැක්විය හැකි ය.

1. **තනි දාමය:** මෙහි දී එක් අයකුට ලැබෙන තොරතුරු තවත් අයකුට ලැබේ. එතැනින් තවත් කෙනකුට ලැබේ. මෙසේ එක් එක් පුද්ගලයාගෙන් පිළිවෙළකට ආරංචිය පැතිර යාම සිදු වේ.

2. **ඕපාදූප දාමය:** එක් අයකුගෙන් බොහෝ දෙනාට ආදි වශයෙන් තොරතුරු පැතිරේ. එහි දී අසන්නන් තෝරා ගන්නේ පිළිවෙළකට ය. මෙය හැඳින්වෙන්නේ ඕපාදූප දාමය වශයෙනි.

3. **සම්භාවිතා දාමය:** සන්දේශය නිදහසේ පුද්ගලයාගෙන් පුද්ගලයාට ගලා නොයයි. සන්දේශය ආරම්භ වන ස්ථානයෙන් එය ලබා දෙන්නේ කාටදැයි කිව නොහැකි ය. එහෙත් ලබා දෙන්නේ එක් අයකු විසිනි. සන්දේශය පැතිර යන්නේ තෝරා ගත් අය මගිනි. එම නිසා සියලු දෙනාට ම සන්දේශය නො ලැබේ.

4. **පර්ෂද දාමය:** ආරම්භකයා විසින් තමා තෝරා ගත් කිහිප දෙනකුට සන්දේශය ලබා දෙයි. ඔවුන් විසින් ද එම සන්දේශය ලබා දෙන්නේ තෝරා ගත් කිහිප දෙනකුට ය.



2.15 රූපය

තනි දාමය	ඕපාදූප දාමය	සම්භාවිතා දාමය	පර්ෂද දාමය
Single Stand Chain	Gossip Chain	Probability Chain	Cluster Chain

විධිමත් සන්නිවේදනය සිදු වන්නේ විධිමත් ව සැලසුම් කරන ලද අරමුණු ඉටු කර ගනු සඳහා විධිමත් ආකාරයෙනි. අවිධිමත් සන්නිවේදනය සිදු වන්නේ විධිමත් සන්නිවේදනයේ අඩුපාඩු හා හිඩැස් පාදක කර ගෙන ය. එම අඩුපාඩු හා හිඩැස් සම්පූර්ණයෙන් ම ඉවත් කළ නොහැකි නිසා ඕනෑ ම සංවිධානයක හෝ සමාජයක හෝ අවිධිමත් සන්නිවේදනය ද ක්‍රියාත්මක වේ.

7). විධිමත් හා අවිධිමත් සන්නිවේදන නිපුණතා

ඔබ විධිමත් සන්නිවේදනය පිළිබඳ ව එක් ආකාරයකිනුත්, අවිධිමත් සන්නිවේදනය පිළිබඳ ව තවත් ආකාරයකිනුත් නිපුණතා සංවර්ධනය කර ගැනීම පිළිබඳ ව කල්පනා කළ යුතු ය.

මෙහි දී පහත සඳහන් කරුණු කෙරෙහි ඔබගේ අවධානය යොමු විය යුතු ය.

1. විධිමත් සන්නිවේදනය සමාජ අවශ්‍යතාවක් වන අතර, එහි දී ඔබ කල්පනා කළ යුත්තේ සන්නිවේදකයා වශයෙනි. එනම් සන්නිවේදනය සැලසුම් කර ක්‍රියාත්මක කරන්නා වශයෙනි.
2. අවිධිමත් සන්නිවේදනය ද සමාජ අවශ්‍යතාවක් වුවත්, එයට අයත් වන කටකතා, කේලාම්, ඕපාදූප ආදිය සමාජයට අහිතකර ලෙස බලපාන නිසා, එහි දී ඔබ කල්පනා කළ යුත්තේ අවිධිමත් සන්නිවේදනය සැලසුම් කර ක්‍රියාත්මක කරන සන්නිවේදකයා වශයෙන් නොව, එයින් ලැබෙන සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගන්නා ග්‍රාහකයා වශයෙනි.
3. මේ අනුව විධිමත් සන්නිවේදනයේ දී ඔබ දක්ෂ සන්නිවේදකයකු විය යුතු අතර, අවිධිමත් සන්නිවේදනයේ දී ඔබ බුද්ධිමත් ග්‍රාහකයකු විය යුතු ය.

අභ්‍යාස

ඒකල

1. කැඩපත ඉදිරියට ගොස් ඔබගේ මුහුණේ විවිධ ඉරියව් දක්වමින් ඒවායේ සන්නිවේදනාර්ථ ගැන අධ්‍යයනයක් කරන්න.
2. තමන්ගේ වැඩිහිටියකු සමග සාකච්ඡා කරන්න. එකිනෙකා අතර අදහස් හා තොරතුරු හුවමාරු කර ගැනීම සඳහා භාවිත කරන ලද විවිධ සන්නිවේදන ස්වරූප ලැයිස්තුවක් සකස් කරන්න.
3. අන්‍යයන් කතා බස් කරන ආකාරය නිරීක්ෂණය කරන්න. ඔවුන් කතා කරන අතර අත පය, ඇස්, මුහුණ ආදී විවිධ ශරීරාංග යොදා ගන්නා ආකාරය පිළිබඳ ව ඔබට සිතෙන දේ සටහන් කරන්න.
4. ඔබේ ජීව දත්ත පත්‍රිකාවක් සකස් කරන්න.
5. සඳැස් හෝ නිසඳැස් කවි පන්තියක් නිර්මාණය කරන්න.

සමූහ

1. ඔබේ පාසලේ මාධ්‍ය සමාජය විසින් පවත්වනු ලබන මාධ්‍ය දිනය වැඩසටහන සඳහා යොදා ගත හැකි ශ්‍රව්‍ය හා දෘශ්‍ය උපකාරක මොනවාදැයි හඳුනා ගන්න. ඒවා යොදා ගන්නා ආකාරය සාකච්ඡා කරන්න.
2. ඔබගේ පාසලේ සංවිධාන සැලැස්ම කඩදාසියක නිර්මාණය කරන්න. ඉහළ සිට පහළට හා පහළ සිට ඉහළට ද හරස් අතට ද පාසල තුළ සන්නිවේදනය සිදුවන ආකාරය සාකච්ඡා කරන්න. එය සංවර්ධනය කිරීමට යෝජනා ඇතුළත් වාර්තාවක් සකස් කරන්න.
3. මෙම පරිච්ඡේදයේ ඇති රූප සටහනක් බ්‍රිස්ටල් බෝඩ් එකක ලස්සනට නිර්මාණය කරන්න. හැකි නම් පන්තියේ ප්‍රදර්ශනය කරන්න.
4. වචන භාවිතයෙන් තොර ව අදහස් හුවමාරු කර ගැනීමේ භූමිකා රංගනයක් අත්හදා බලන්න.
5. විවිධ සලකුණුවල පිළිගත් සන්නිවේදනාර්ථ දැක්වෙන ලේඛනයක් සකස් කරන්න. එය බ්‍රිස්ටල් බෝඩ් එකක සුන්දර ව නිර්මාණය කරන්න. හැකි නම් පන්තියේ ප්‍රදර්ශනය කරන්න.

03 කාර්ය - බද්ධ මාධ්‍ය තාක්ෂණික නිපුණතා



අභිමතාර්ථ

නූතන සමාජය තුළ එදිනෙදා කටයුතුවල දී ද, වෘත්තීය කටයුතුවල දී ද, සාමාජීය කටයුතුවල දී ද විවිධ මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණ ප්‍රයෝජනයට ගැනීමට සිදු වේ. මේ නිසා බොහෝ කටයුතු වඩාත් පහසුවෙන් කාර්යක්ෂම ව කර ගැනීමට හැකියාව ලැබී තිබේ. විවිධ කාර්යයන් සඳහා යොදා ගන්නා මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණ හා ඒවා භාවිතය පිළිබඳ ව නිපුණතා සංවර්ධනය පාසල් අවදියේ දී ම කළ යුත්තකි. මාධ්‍ය හා සම්බන්ධ තාක්ෂණික උපකරණ පරිහරණය කිරීමට ඔබ යොමු විය යුතු අතර, ඒවා යොදා ගෙන විවිධ කාර්ය ඉටු කර ගැනීමට අත්දැකීම් ලබා ගැනීමට අවකාශය ද සලසා ගත යුතු ය.

පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශනය, කාර්යාල කටයුතු, තොරතුරු හුවමාරු කිරීම හා පන්ති කාමර ඉගැන්වීම යන ක්ෂේත්‍ර හතරක් ඔස්සේ මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණ වර්ග කර ඇත. ඒවා හඳුනා ගැනීමට පමණක් නොව, එම මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණ භාවිත කිරීම පිළිබඳ අත්දැකීම් ලබා ගැනීමත්, ඒවා යොද ගෙන අවශ්‍යතා ඉටු කර ගැනීම සඳහා අවශ්‍ය මූලික දැනුම ලබා දීමත් මෙම පරිච්ඡේදයේ මූලික අරමුණයි.

3. කාර්ය බද්ධ මාධ්‍ය තාක්ෂණික නිපුණතා

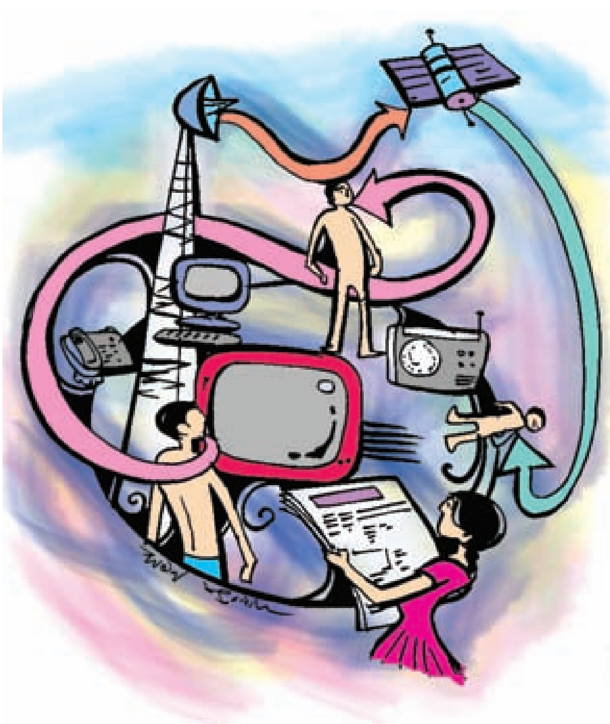
3.0 හැඳින්වීම

ලෝකය පුරා ජීවත් වන විශාල ජනගහනයක අවශ්‍යතාව වඩාත් පහසුවෙන්, කාර්යක්ෂම ව හා සුමට ලෙස ඉටු කර ගැනීමට අවශ්‍ය තාක්ෂණික මෙවලම් බිහි කිරීම කරන ලද්දේ ලෝකයේ විසූ නිර්මාණකරුවන් ටික දෙනෙකු විසිනි. අද අප භුක්ති විඳින්නේ ඔවුන්ගේ එම නිර්මාණශීලී භාවයේ ප්‍රතිඵලයයි.

පරිගණකය නිර්මාණය කිරීමත්, සන්නිවේදන හා තොරතුරු තාක්ෂණය වැඩි දියුණු වීමත්, ඩිජිටල් නොහොත් සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය භාවිතයට පැමිණීමත් නිසා ලෝකයේ මාධ්‍ය තාක්ෂණය සම්පූර්ණයෙන් ම වෙනස් මගකට පිවිසිණි. ගුටෙන්බර්ග් විසින් සොයා ගත් ඊයම් අකුරු ඇමිණීමේ කර්මාන්තය බිඳ වැටිණි. අතින් කරන ලද පොත් බැඳීම පමණක් නොව, පිටු එකතු කිරීම, නැවීම, කටු ගැසීම ආදි කාර්යයන් පවා යන්ත්‍රවලට භාර දෙන ලද්දේ ය. නාගරික හා අර්ධ නාගරික ප්‍රදේශවල පවත්නා සන්නිවේදන ව්‍යාපාර ආයතනවලින් මේ කාර්යයන් සියල්ල මුදල් ගෙවා සැණෙකින් කර ගත හැකි ය.

අන්තර්ජාලය සමග බද්ධ වූ තොරතුරු බෙදා හැරීමේ ක්‍රියාවලිය ලෝකය පුරා පැතිරී ගියේ සිතා ගන්නටවත් බැරි තරම් වේගයෙනි. අද වන විට ළාබාල අවධියේ සිට ජංගම දුරකථනය මගින් තොරතුරු ලබා ගැනීම බහුල ව සිදුවේ. මේ වන විට ශ්‍රී ලංකාවේ ජනගහනයට වඩා ජංගම දුරකථන සම්බන්ධතා භාවිත වේ.

කාර්යාලවල අතින් කරන ලද බොහෝ කාර්යයන් අද වන විට විද්‍යුත් යන්ත්‍රවලට පැවරී ඇත. ලිපිවල මුද්දර මුද්‍රා තබන්නේ ද, ගණන් සාදන්නේ ද, බිල්පත් නිකුත් කරන්නේ ද, ලේඛනයක පිටපතක් ලබා ගන්නේ ද ඒ සඳහා භාවිතා කරන විවිධ යන්ත්‍ර මගිනි. කිසියම් ලේඛනයක් තත්පර ගණනකින් එක් තැනකින් ලෝකයේ ඕනෑ තැනකට යැවිය හැකි ය.



3.1 රූපය - කාර්ය බද්ධ මාධ්‍ය තාක්ෂණික නිපුණතා

පන්ති කාමරවල ද කළුලෑල්ල සමග වෙනත් මාධ්‍ය උපකරණ භාවිතයට පැමිණ ඇත. පෝස්ටර් හෝ පිටු පෙරළන ආදිය ද, බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර, ඕවර්හෙඩ් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර, ස්ලයිඩ් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර ආදිය ද ඉගෙනුම් ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලියට උපකාර කරයි. කිසියම් පොතක හෝ ලේඛනයක පිටුවක් ඒ අවස්ථාවේ දී ම ප්‍රක්ෂේපණය කර විශාල තිරයක පෙන්වන්නට හැකි ය.

මේ ශත වර්ෂයේ ජීවත් වන කවරෙකුට වුව ද මෙවැනි විවිධ මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණවල සහයෝගය ලබා ගැනීමෙන් තොර ව තම කාර්යයන් ඉටු කර ගත නොහැකි ය. එහි තේරුම නම්, ලෝකයේ භාවිත කරන එවැනි උපකරණ පිළිබඳ ව පාසලේ දී ඉගෙන ගත යුතු බවයි. එහි දී වැදගත් වන්නේ එය ක්‍රියාත්මක වන්නේ කෙසේදැයි ඉගෙන ගැනීම ම නො වේ. එය තෘතීයික අධ්‍යාපනයට අයිති කාර්යයකි. මේ අවස්ථාවේ දී වැදගත් වන්නේ ඒ එක් එක් මාධ්‍ය තාක්ෂණික උපකරණ මොනවා ද ඒවායින් ලබා ගත හැකි ප්‍රයෝජනය කුමක් ද එයින් තම අවශ්‍යතා ඉටු කර ගන්නේ කෙසේදැයි ඉගෙන ගැනීමත්, ඒ පිළිබඳ අත්දැකීමක් ලබා ගැනීමත් ය.

3.1. පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන උපකරණ



3.2 රූපය - ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍ර

යතුරු ලියනයේ කාර්යය පරිගණකය විසින් වේගයෙන් අත්පත් කර ගන්නා ලද්දේ ය. ඒ සමග ම ලේඛනවල පිටපත් සම්පාදනය ද පැරණි පන්නයේ රෝනියෝ යන්ත්‍රවලින් ඉවත් වී පරිගණක මුද්‍රණ යන්ත්‍ර හා පිටපත් සැකසීම සඳහා නිර්මාණය කරන ලද ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර හා ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍ර විසින් අත්පත් කර ගන්නා ලදී. යම් වාර්තාවක අවශ්‍ය පිටපත් සංඛ්‍යාවක් අද කාර්යාලයක් තුළ දී වුව ද මුද්‍රණය කරගත හැකිය. වාර්තාවක පිටපත් පනහක් හැටක් ලබා ගැනීමට මුද්‍රණාලයක පිහිට අවශ්‍ය නො වේ. පිටපත් පණහක් හෝ විසිපහක් සැකසීම සඳහා මුද්‍රණාලවලින් ප්‍රයෝජනයක් නැති විය. එම කාර්ය කාර්යාලයක් තුළ මේසය මත තබා ඇති පරිගණකය මගින් ඉටු කර ගැනීමට හැකිය. ඒ සඳහා අවශ්‍ය උපකරණ නිර්මාණය වීම නිසා අලුත් ප්‍රකාශන සංකල්පයක් බිහි විය. ඉංග්‍රීසියෙන් Desk Top Publishing (DTP) යනුවෙන් හැඳින්වෙන්නේ එයයි. ඒ සඳහා සිංහලෙන් යෙදෙන්නේ 'පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශනය' යන්නයි.

1). පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලියේ අවශ්‍යතාව

කිසියම් ලේඛනයක, අත්පොතක, වාර්තාවක, යෝජනාවලියක හෝ ව්‍යාපෘති සැලැස්මක පිටපත් සුළු සංඛ්‍යාවක්, සුන්දර නිමාවකින් යුතු ව ඉතා ඉක්මණින් ද, අඩු පිරිවැයකින් ද ලබා ගැනීමේ අවශ්‍යතාව නූතනයේ බොහෝ විට ඇති වේ. පාසල්වල දී, කාර්යාලවල දී, විවිධ සම්මන්ත්‍රණවල දී හා විවිධ රැස්වීම්වල දී මෙවැනි අවශ්‍යතා නිරන්තර ව පැන නගී.

සාමාන්‍ය මුද්‍රණ ක්‍රම පාවිච්චි කිරීමේ දී පිරිවැය අධික වීමත්, දිගු කාලයක් ගත වීමත් සිදු වේ. එසේ ම අඩු පිටපත් සංඛ්‍යාවක් ගැනීමට සාමාන්‍ය මුද්‍රණ ක්‍රම යොදා ගත නොහැකි ය. පසු කාලයේ දී මේ සඳහා භාවිත වූයේ අත් පිටපත යතුරු ලියනය කර, රෝනියෝ පිටපත් ලබා ගෙන, අවශ්‍ය පිටපත් සංඛ්‍යාව ලබා ගැනීමයි.

එහෙත් පරිගණක භාවිතයට පැමිණීම නිසා, යතුරු ලියනයෙන් කරන ලද කාර්ය වඩාත් හොඳින් හා නම්‍යශීලී ලෙස කරන්නට පරිගණකයට හැකි විය. කුඩා මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක් ද පරිගණකයට සම්බන්ධ විය. එයින් කළු සුදු හෝ වර්ණ මුද්‍රණ කටයුතු කළ හැකි විය. එසේ ම ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර භාවිතයත්, අනුපිටපත් කිරීම සඳහා ඩිජිටල් යන්ත්‍ර යොදා ගැනීමත් නිසා පිටපත් සැකසීම වඩාත් පහසු විය. මේ අනුව කාර්යාලයීය වශයෙන් පරිගණක ආශ්‍රිත ක්‍රියාවලිය අද වන විට සමාජය තුළ අත්‍යවශ්‍ය කාර්යයක් බවට පත් වී තිබේ. පහත සඳහන් හේතු යටතේ එම අවශ්‍යතාව වඩාත් පැහැදිලි කර ගත හැකි ය.

1. **අඩු පිරිවැය:** සාමාන්‍ය මුද්‍රණ කටයුත්තක් සමග සාපේක්ෂ ව බැලූ විට, පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශනය ඉතා අඩු පිරිවැයක් සහිත ය. පිටපත් දෙසියයක් සාමාන්‍ය මුද්‍රණ කටයුතු මගින් නිම කිරීම අධික පිරිවැය සහිත ය. එහෙත් පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලිය මගින් පිටපත් දෙසියයක් නොව තුන්සියයක් වුව ද සැකසීම පිරිවැය අතින් ඉතා වාසිදායක ය.

2. **ආකර්ෂණීය නිමාව:** පරිගණකය සතු පරිගණක අකුරුයෝජනයේ හා පිටු සැලසුම් කිරීමේ පහසුකම් නිසා නිමාව ආකර්ෂණීය කර ගැනීමට පදනම සැකසේ. එසේ ම අවශ්‍ය පරිදි වර්ණ මුද්‍රණය, වර්ණ කඩදාසි භාවිතය, සුන්දර පිට කවර යොදා ගැනීම හා සුන්දර ලෙස බැඳුම් ක්‍රම යොදා ගත හැකි වීම නිසා පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශනයේ දී ආකර්ෂණීය නිමාවක් ලබා ගැනීම පහසු ය.

3. **ඉක්මන් බව:** එක් කාමරයක පවත්වන ලද සම්මන්ත්‍රණයේ තොරතුරු සුළු වේලාවකින් ඊළඟ කාමරයේ ඇති පරිගණකය මගින් වාර්තාවක් බවට පත් කළ හැකි ය. සමහර විට සම්මන්ත්‍රණය අවසාන වී සහභාගිවූවන් විසිර යාමට පෙර, මූලික වාර්තාවක් සියලු දෙනා අතට පත් කළ හැකිය.

4. **පහසුව:** මේසය මත ඇති උපකරණ භාවිතයත්, ඒවා සියල්ල එක් කාමරයක තිබීමත්, පරිගණක සැලසුම් කිරීම එක් අයකු විසින් කළ හැකි වීමත්, නිමි කටයුතු එක් අයකු හෝ දෙදෙනෙකු හෝ විසින් ඉටු කරනු ලැබීමට හැකි වීමත්, මෙම ක්‍රමයේ ඇති පහසුවයි. මෙම පහසුව වඩාත් හොඳින් කැපී පෙනෙන්නේ, සාමාන්‍ය මුද්‍රණ ක්‍රම සමග සැසඳීමෙනි.

5. **කාර්යක්ෂමතාව:** යම් යම් කාර්යයන් කිරීමේ දී වාර්තා, ව්‍යාපෘති සැලසුම්, ආදිය නොපමා ව ඉදිරිපත් කළ යුතු වේ. සමහර විට එයට වැය වන පිරිවැයට වඩා වැදගත් වන්නේ, එය නොපමා ව ඉදිරිපත් කිරීමයි. එය සුන්දර ව හා ඉක්මන් ව සකස් කර ගත හැකි නම් වඩාත් වැදගත් ය. ඒ නිසා පරිගණකගත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලිය යම් කාර්යක කාර්යක්ෂමතාව කෙරෙහි තදින් බලපායි.

මෙම ක්‍රියාවලියේ පියවර සරල ව මෙසේ පෙළ ගැස්විය හැකි ය.

1. අත්පිටපතක් සකස් කිරීම
2. පරිගණකය මගින් අක්ෂරයෝජනය
3. පිටු සැලසුම් කිරීම
4. මුල් පිටපත් පරිගණක මුද්‍රණ යන්ත්‍රය මගින් ලබා ගැනීම
5. ආදර්ශක පිටපතක් නොහොත් ඩමියක් සාදා ගැනීම සහ නිවැරදි බව තහවුරු කිරීම
6. ආදර්ශක පිටපතට අනුකූල ව අවශ්‍ය පිටපත් ලබා ගැනීම
7. ලබා ගත් පිටපත් ආදර්ශකයට අනුව ගොනු කර ගැනීම
8. පිටු බැඳීම හා කවරය යෙදීම
9. පැති මටසිලුටු වන සේ කපා ගැනීම
10. නිමි පිටපත් ලබා ගැනීම

2). පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලිය

මෙම ක්‍රියාවලිය ප්‍රධාන පියවර හතරකට වෙන් කළ හැකි ය.

අත් පිටපත සැකසීම

අකුරුයෝජනය හා පිටු සැලසුම් කිරීම

මුද්‍රණය හා පිටපත්කරණය

නිමි කටයුතු

3). පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලියේ උපකරණ හඳුනා ගැනීම

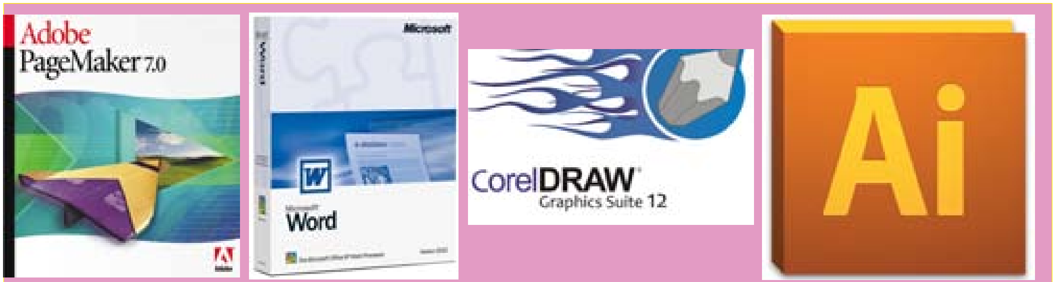
ඉහත පියවර හතර යටතේ මෙම උපකරණ හඳුනා ගැනීම පහසු ය.

1. **අත් පිටපත සැකසීම:** මුද්‍රණය සඳහා ඉදිරිපත් කරන පළමු ලේඛනය අත් පිටපත වශයෙන් හැඳින්වේ. එය අතින් ලිවීම හෝ යතුරු ලියනය කිරීම හෝ පරිගණකය මගින් ලිවීම හෝ කළ හැකි ය. පරිගණකය මගින් අත් පිටපත සැකසීමේ දී බහුල ව යොදා ගන්නේ මයික්‍රොසොෆ්ට් වර්ඩ් මෘදුකාංගයයි. මෙහි දී සිංහල හෝ දෙමළ හෝ ඉංග්‍රීසි හෝ අකුරු යොදා ගත හැකි ය.

2. **අකුරුයෝජනය හා පිටු සැලසුම් කිරීම:** අත් පිටපත භාවිත කරමින් පරිගණකය මගින් අකුරුයෝජනය කළ හැකි ය. පිටු සැලසුම් කිරීම ද මෙහි දී අපේක්ෂා කරන බැවින් ඒ සඳහා යෝග්‍ය මෘදුකාංගයක් යොදා ගැනීම අවශ්‍ය ය. දැනට වඩාත් ජනප්‍රිය මෘදුකාංග හතරක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

    1. **ඇඩොබි පේජ්මේකර්**
    2. **ඇඩොබි ඉන්ඩිසයින්**
    3. **මයික්‍රොසොෆ්ට් පබ්ලිෂර්**
    4. **කොරල් ඩ්‍රෝ**

ඇඩොබි පේජ්මේකර් වැඩි දියුණු කිරීමෙන් ඇඩොබි ඉන්ඩිසයින් සකස් කර ඇත. දැනට ඇඩොබි පේජ්මේකර් නමින් එම මෘදුකාංගය වැඩි දියුණු කිරීම නවතා ඇත. එහෙත් එය තවමත් භාවිත කළ හැකි ය. ඉන්ඩිසයින් මෘදුකාංගය වඩා පහසු ය. රූප සටහන් හා විවිධ රූ රටා ඇතුළත් වන්නේ නම් කොරල් ඩ්‍රෝ මෘදුකාංගය ද යෝග්‍ය ය. එවැනි මෘදුකාංග නැතත් මයික්‍රොසොෆ්ට් මෘදුකාංගය යොදා ගෙන වුව ද ප්‍රකාශනයක් සැලසුම් කළ හැකි ය.



3.3 රූපය - පිටු සැලසුම් මෘදුකාංග

3. **මුද්‍රණය හා පිටපත්කරණය:** පරිගණකය මගින් සැලසුම් කළ පිටුවල මුද්‍රණය ලබා ගන්නේ පරිගණක මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක් මගිනි. තමන් සතු ව පරිගණක මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක් නොමැති නම් වෙනත් තැනකින් එය ලබා ගත හැකි ය. මෙම පරිගණක මුද්‍රණ පිටපත යොදා ගෙන ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රයකින් අවශ්‍ය පිටපත් ප්‍රමාණය ලබා ගත හැකි ය. පිටපත් සංඛ්‍යාව පණහකට වඩා වැඩි වන විට ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍රයක් මගින් අනුපිටපත් ලබා ගැනීම යෝග්‍ය ය. අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍ර අද පාසල්වල ද භාවිත කෙරේ. ඒ හැර කාර්යාලවල ද, සන්නිවේදන ව්‍යාපාර මධ්‍යස්ථානවල ද මෙවැනි යන්ත්‍රවලින් අනුපිටපත් ලබා ගත හැකි ය.

පරිගණක මුද්‍රණ යන්ත්‍ර වර්ග කිහිපයක් මෙසේ හඳුනා ගත හැකි ය.

- **ඩොට් මුද්‍රණ යන්ත්‍ර** : මෙහි දී අකුරු මුද්‍රණය වන්නේ තිත් වශයෙන් එක් වීමෙනි. කළු - සුදු පිටපත් පමණක් ලබා ගත හැකි ය.
- **ඉන්ක්ජෙට් මුද්‍රණ හෝ බබල්ජෙට් මුද්‍රණ යන්ත්‍ර:** මේවායින් කළු, සුදු හෝ වර්ණ පිටපත් ලබා ගත හැකි ය. තීන්ත යොදා ගැනේ.
- **ලේසර් මුද්‍රණ යන්ත්‍ර** : මෙහි දී මුද්‍රණ යන්ත්‍රයට යොදා ඇති කුඩු භාවිතයෙන් මුද්‍රණය සිදු වේ. කළු - සුදු හෝ වර්ණ හෝ පිටපත් ලබා ගත හැකි ය.
- **ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර** : ලේඛනයක පිටපතක් ලබාගැනීම සඳහා යොදා ගනු ලබන්නේ ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රයක් මගිනි. ඡායා පිටපත්කරණය සඳහා නවීන පහසුකම්වලින් යුත් ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර අද භාවිතයට ගැනේ. ඡායා පිටපත් ලබා ගැනීමේ තම අවශ්‍යතාව අනුව තනි පිටුවේ හෝ පිටුවේ දෙපැත්තෙහි ම හෝ ඡායා පිටපත් ලබා ගත හැකිය. වැඩි දියුණු කරන ලද ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර පරිගණකයට සම්බන්ධ කර පිටපත් ලබා ගැනීමේ හැකියාව ද ඇත. ඒ අනුව පොතක සියලු අංක අනු පිළිවෙළින් මුද්‍රණය කර ගත හැකිය. කළු සුදු මෙන් ම වර්ණ සහිත ඡායා පිටපත් ලබා ගැනීමේ හැකියාව ද සහිත ඡායා පිටපත් යන්ත්‍ර අද භාවිත කෙරේ.

- **ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍ර :** මෙහි දී සිදු වන්නේ ඡායා පිටපත්කරණයට වඩා වෙනස් ක්‍රමයකට අනුපිටපත් මුද්‍රණය කිරීමකි. එනම් ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රයේ මෙන් ම මතුපිට ඇති විනිවිද පෙනෙන තහඩුව මත තබන ලේඛනයේ පිටපතක් විද්‍යුත් ක්‍රමයට ලබා ගන්නා යන්ත්‍රය, එය ස්ටෙන්සිල් පත්‍රයක සටහන් කර ගනී. ඉතා තුනී කඩදාසියක ඉටි තවරා තිබෙන ආකාරය සිහියට නගා ගන්න. එම ඉටි ඉවත් වූ තැන්වලින් තීන්ත ගලා යයි. මෙම ක්‍රමයේ දී සිදු වන්නේ ද එය ම ය. මේ ආකාරයේ ඉටි කඩදාසි රෝලක් ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍රයක ඇති අතර, එක් වතාවකට එහි පිටුවක් සකස් කරනු ලැබේ. මේ ආකාරයෙන් තමන්ට අවශ්‍ය අනුපිටපත් ප්‍රමාණය ලබා ගත හැකි ය. කළු සුදු හෝ සමහර විට යම් එක් වර්ණයක් පමණක් ලබා ගත හැකි ය. වැඩිදියුණු කරන ලද යන්ත්‍රවල බහුවර්ණ ලබා ගත හැකි වුවත්, ඒවා සුලභ නැත. මිල ද ඉහළ ය.



3.4 රූපය - ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රය

4. **නිමි කටයුතු සඳහා උපකරණ:** මෙයින් අදහස් වන්නේ ලබා ගෙන ඇති පිටපත් නිසි ලෙස ගොනු කරමින් අවශ්‍ය පිටපත් සංඛ්‍යාව සකස් කර ගැනීමයි. මෙහි දී පිටු නිසි පිළිවෙළට ගොනු කිරීම, පිට කවරයක් යෙදීම, කඩදාසි එකට ඇමිණීම යන කාර්යයන් ඉටු කළ යුතු ය. නිමි කටයුතු සඳහා පහත සඳහන් උපකරණ අවශ්‍ය වේ.

- **ලැමිනේටින් යන්ත්‍රයක්:** පිටකවරය ප්ලාස්ටික් ආවරණයක් යොදා සැකසීම ලැමිනේටින් කිරීමේ දී සිදු වේ. එයින් එම ප්‍රකාශනය ආරක්ෂා වේ. ඝන කඩදාසියක් හෝ තුනී කඩදාසියක් හෝ මේ ආකාරයට ලැමිනේටින් කළ හැකි ය.

- **බැඳුම් උපකරණ හා ද්‍රව්‍ය:** පිටු බැඳීම සඳහා විවිධ ක්‍රම භාවිත කළ හැකි ය. ස්ටෙප්ලරය මගින් කටු ගැසීම ඉතා සරල ක්‍රමයකි. එසේ කටු ගසා සැකසූ විට එම කටු නොපෙනෙන පරිදි වර්ණ ටේප් පටියකින් එම පැත්ත වසා දැමිය හැකි ය. එසේ නැතිනම් සිදුරු විදිනයක් මගින් සිදුරු සකසා, පිටු බැඳීම සඳහා ඇති ප්ලාස්ටික් පතුරු යොදා පිටු බැඳිය හැකි ය. එසේත් නැතිනම් පිටු බැඳීම සඳහා ම ඇති බයින්ඩින් මැෂින් එකක් මගින් පිටු බඳින්නට පුළුවන. මෙහි දී විනිවිද පෙනෙන හෝ නොපෙනෙන හෝ ප්ලාස්ටික් පිට කවරයක් යොදා ගන්නට වුව ද පුළුවන. බැඳීමේ යන්ත්‍රය මගින් වම් පැත්තේ ඉහළ සිට පහළට සිදුරු විද ඒ සඳහා

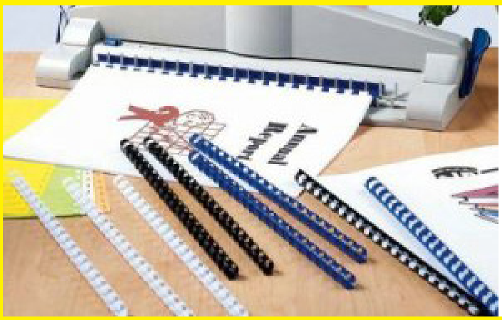
ම ඇති ප්ලාස්ටික් පතුරක ඇති කොකු එම සිදුරුවලට ඇතුළු කිරීමෙන් පිටු බඳිනු ලැබේ. එසේත් නැතිනම් ඒ ආකාරයෙන් ම සිදුරු සකස් කර කම්බි රෝලක් එම සිදුරු අතරින් යවා පිටු බැඳිය හැකි ය.

මේ කිසිදු ක්‍රමයක් යොදා නොගෙන පිටු සිදුරු කර නූලකින් ගැට ගැසීමෙන් වුව ද පිටු බැඳිය හැකි ය. ඒ සඳහා ඝනකම හා වර්ණ සහිත නූලක් භාවිත කළ විට එම නිමාව සුන්දර වේ. එසේත් නැතිනම් පිටුවල ඇලවුම් ද්‍රව්‍යයක් තවරා ඇලවීමෙන් ද පිටු බැඳිය හැකි ය.



3.5 රූපය - ලැමිනේටින් යන්ත්‍රයක්


3.6 රූපය - ස්ටෙප්ලර යන්ත්‍රයක්


3.7 රූපය - බැඳුම් උපකරණ



3.8 රූපය - පොත් බැඳුම් යන්ත්‍රය

- **කැපුම් යන්ත්‍රයක්** : පිටු එකට බැඳීමේ දී සිදු විය හැකි සුළු ප්‍රමාද දෝෂයකින් වුව ද එහි නිමාව සුන්දර නොවන්නට පුළුවන. එවැනි අවස්ථාවක ප්‍රකාශනයේ බැඳ ඇති පැත්ත හැර අනික් පැති කැපුම් යන්ත්‍රයක් මගින් මට සිළුටු කර ගන්නට පුළුවන. පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලියක දී මෙසේ කළ හැක්කේ පිටු ස්වල්පයක් නම්


3.9 රූපය - කැපුම් යන්ත්‍රයක්

පමණි. එයට හේතුව සාමාන්‍යයෙන් කාර්යාලවල ඇත්තේ පිටු ස්වල්පයක් එකවර කැපීම සඳහා යොදා ගත හැකි යන්ත්‍ර බැවිනි. පිටු වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇති විට සාමාන්‍ය මුද්‍රණාලයක ඇති කැපුම් යන්ත්‍රයක් මගින් එහි පැති මටසිළුටු කර ගත හැකි ය.

4). පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන උපකරණ භාවිතය

මෙය සම්පූර්ණයෙන් ම සැලසුම් සහගත ව කළ යුත්තකි. ක්‍රියාවලියේ එක් එක් පියවරට අදාළ ව පහත සඳහන් ආකාරයෙන් එම සැලසුම සකස් කර ගෙන කටයුතු කළ යුතු ය.

- **අත්පිටපත සැකසීම :** තමන් නිම කරන්නට අපේක්ෂා කරන ප්‍රකාශනයේ හැඩරුව පිළිබඳ ව සිතේ තබා ගෙන එයට උචිත ලෙස අත්පිටපත සකස් කළ යුතු ය. පසු ව එම අත්පිටපතට අදාළ ව පිටු සැලසුම් කිරීමට අවශ්‍ය පිළිවෙළ අත්පිටපතේ නිරූපණය විය යුතු ය. උදාහරණයක් වශයෙන් කොටස් නම් කිරීම, කොටස් අංක කිරීම, අනුමාතෘකා යෙදීම ආදිය එසේ අත්පිටපතේ නිවැරදි ව ඇතුළත් විය යුතු ය.

- **අකුරු යෝජනය හා පිටු සැලසුම් කිරීම :** මෙය සිදු කරනු ලැබිය යුත්තේ ඒ පිළිබඳ හැකියාවක් ඇති අයකු විසිනි. මෙහි දී පහත සඳහන් කරුණු කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ යුතු ය.
  - නිමි පිටපතේ අපේක්ෂිත ප්‍රමිතීන්
  - යොදා ගන්නා කඩදාසියේ දිග පළල
  - මුද්‍රණය වන කොටසේ දිග පළල
  - යොදා ගන්නා අකුරු වර්ගය හෝ වර්ග, මෝස්තර හා පරිමාණ
  - පිටු අංක කිරීම
  - මාතෘකා හා අනුකොටස් අංක කිරීම හා යෝග්‍ය මෝස්තර යොදා ගැනීම
  - පටුන සම්පාදනය
  - මුල් පිටු හා අවසාන පිටු සැකසීම
  - පිට කවරය සැකසීම

පරිගණකය මගින් පිටු සැලසුම් කරනු ලැබූ පසු එය පරිගණක තිරය බලමින් ම වැරදි නිවැරදි කිරීම හෝ එහි මුද්‍රණ පිටපතක් ලබා ගෙන වෙනත් අයෙකු ලවා වැරදි නිවැරදි කිරීම හෝ අනිවාර්යයෙන් ම කළ යුතු ය. පිටු සැලසුම් කිරීමේ දී වැදගත් වන්නේ එය පහසුවෙන් කියවීමට හැකි වීමයි.

- **මුද්‍රණය හා පිටපත්කරණය :** අවශ්‍ය පිටපත් සංඛ්‍යාව නිවැරදි ව තීරණය කළ යුතු ය. බෙදා හැරීම සඳහා ද සංරක්ෂණය කර තබා ගැනීම සඳහා ද පිටපත් අවශ්‍ය වේ. එසේ ම පළුදු විය හැකි බව කෙරෙහි ද අවධානය යොමු කළ යුතු ය. පිටපත් කිහිපයක් සකස් කර ගැනීමේ දී ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රය මගින් පිටපත් ලබා ගත හැකි ය. එක් වර මුළු පිටපත ම යන්ත්‍රය මගින් ලබා ගෙන දෙපැත්ත එක් වර ඡායා පිටපත් කර දෙන යන්ත්‍රයක් යොදා ගැනීම වඩාත් වාසි දායක ය. පහසු ය. එබැවින් ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රයකින් සේවාව ලබා ගැනීමට පෙර තමන්ගේ අවශ්‍යතාව පවසා, එම යන්ත්‍රයේ ඇති පහසුකම් පිළිබඳ ව විමසා දැන ගන්න. ඩිජිටල් අනුපිටපත්කරණ යන්ත්‍රයක එක්

ස්ටෙන්සිල් පත්‍රයකින් මුද්‍රණය නිම කළ පසු එය ඉවත් වන නිසා එයින් නැවත මුද්‍රණය කළ නොහැකි ය. එබැවින් නිසැක ව ම අවශ්‍ය පිටපත් ප්‍රමාණය නිශ්චය කර ගෙන එක් වර ම පිටපත් ලබා ගන්න.

- **නිමි කටයුතු :** ප්‍රකාශනයේ නිමාව පිළිබඳ ව පූර්ව විනිශ්චයක් කර ඇත්නම් එය ඉතා පහසු ය. සන්නිවේදන ව්‍යාපාර ආයතනයක් මගින් ද මෙසේ නිමි කටයුතු කරවා ගත හැකි ය. එහෙත් වඩාත් යෝග්‍ය වන්නේ පාසලේ දී කර ගත හැකි කටයුතු තම තමන් ම නිම කර ගැනීමයි. වියදම් අඩු කර ගැනීමත්, සුන්දර නිමාවක් කෙරෙහිත් අවධානය යොමු කළ යුතු ය. පාසල් මට්ටමේ දී ම පිටු එකතු කර සිදුරු විද, යෝග්‍ය පිට කවරයක් සකසා පිටු බැඳ, කටයුතු නිම කර ගැනීම වඩාත් යෝග්‍ය ය. නිමි පිටපතක පිටු එක ආකාරයකින් තිබීම එහි අලංකාරයට හේතු වේ. යම් හේතුවකින් කොළ සුළු ප්‍රමාණයකින් හෝ එහා මෙහා වී ඇත්නම් කළ යුත්තේ, එය පැති කැපුම් යන්ත්‍රයකින් කපා මටසිළුටු කර ගැනීමයි.

3.2 කාර්යාලයීය මාධ්‍ය උපකරණ

ලිපි හා ලේඛන ගනුදෙනු වන කාර්ය බහුල ස්ථානයක් ලෙස කාර්යාලයක් හඳුනා ගත හැකි ය. කාර්යාලයක කාර්යක්ෂමතාව මැන බැලිය හැක්කේ එහි කටයුතු කොතරම් වේගයෙන්, නිවැරදි ව හා විශ්වාසවන්ත ව සිදු වන්නේ ද යන්න අනුව ය. මේ අරමුණ ඉටු කර ගැනීම සඳහා කාර්යාල තුළ විවිධ උපකරණ භාවිත කිරීම කාලයක් තිස්සේ වැඩි දියුණු වී ඇත. මෙහි දී සිදු වන ප්‍රධාන වෙනස නම්, මිනිස් ශ්‍රමයෙන් කරන ලද කාර්යයන් කිසියම් උපකරණයකට බාර කිරීමයි. එසේත් නැතිනම් මිනිස් ශ්‍රමයෙන් කරන ලද කාර්යයන්ට උපකාර කිරීම සඳහා විවිධ උපකරණ යොදා ගැනීමයි. වර්තමානයේ කාර්යාලවල තොරතුරු තාක්ෂණය බහුල ව යොදා ගැනේ. එසේ ම කාර්යාලයක් යනු එහි සේවය කරන්නන්ගේ ස්ථානයක් නොවේ. එයට නිතර ම බාහිර පාර්ශ්වකරුවෝ පැමිණෙති. විවිධ සේවා ලබා ගැනීම සඳහා පොදු මහජනතාව ද, විවිධ කාර්යයන් සඳහා වෙනත් කාර්යාලවල කාර්ය මණ්ඩල ද පැමිණෙති. කාර්යාලයීය මාධ්‍ය උපකරණ අවශ්‍ය වන්නේ මේ සියල්ලන්ට සේවය සැලසීම සඳහා ය.

1). කාර්යාලයීය මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියේ අවශ්‍යතාව

කාර්යාලයක් එහි අංශවලට බෙදා තිබෙන්නේ එහි කාර්ය ස්වභාවය අනුව ය. ඒ ඒ කාර්යාලය අනුව එම අංශ වෙනස් විය හැකි ය.

පොදුවේ ගත් විට කුමන කාර්යාලයක වුව ද සිදු වන්නේ සමාන ක්‍රියාවලියකි. පිටතින් ලිපි ලැබේ. බැහැරින් මහජනයා කාර්යාලයට පැමිණෙති. විවිධ ආයතන නියෝජිතයෝ ද කාර්යාලයට පැමිණෙති. මේ සියල්ල කාර්යාලයීය කටයුතුවලට අයත් ය.

ඒ නිසා විධිමත් ව සකස් කරන ලද මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියක් කාර්යාලයකට අවශ්‍ය වේ. එසේ නොවුවහොත් කාර්යාලයේ කටයුතු අකාර්යක්ෂම වීමට හෝ අවුල් වීමට හෝ ඉඩ තිබේ. 'කාර්යාල ක්‍රම' යනු වෙන ම අධ්‍යයනය කළ හැකි විෂය ක්ෂේත්‍රයකි.

කාර්යාලයක මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියට පාදක වන්නේ පහත සඳහන් කාර්යයන් ය.

1. තොරතුරු විධිමත් ව ලබා ගැනීම
2. තොරතුරු විධිමත් ව රැස් කිරීම
3. තොරතුරු විධිමත් ව පිළියෙල කිරීම
4. තොරතුරු විධිමත් ව නිකුත් කිරීම

කාර්යාලයක් විශාල වන විට මෙම කාර්යය අතිශයින් සංකීර්ණ වෙයි. එහි විශ්වාසනීයත්වය ආරක්ෂා කර ගැනීමත්, නිරවද්‍යතාවත්, ඉක්මන් බවත් අතිශයින් වැදගත් සංකල්ප බවට පත් වේ. එසේ ම යම් යම් තොරතුරුවල වලංගු භාවය හා නෛතික භාවය කෙරෙහි ද සැලකිල්ලක් දක්වන්නට සිදු වේ. විධිමත් ව සකස් කරන ලද මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියක් අවශ්‍ය වන්නේ ඒ නිසා ය.

2). කාර්යාලයීය මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය

කාර්යාලයකට ලැබෙන ලිපියක් සම්බන්ධයෙන් මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය අධ්‍යයනය කිරීම වැදගත් ය. එය මේ ආකාරයෙන් සරල ව දැක්විය හැකි ය.

1. ලිපිය ලැබීම හා කවරය කඩා ලිපිය ගැනීම
2. කාර්යාලයට ලිපිය ලැබීම පිළිබඳව දින මුද්‍රා තැබීම
3. අදාළ පොතක සටහන් කර එය අදාළ අංශයට භාර දීම
4. අදාළ අංශය ලිපිය භාර ගැනීම හා දින මුද්‍රා තැබීම
5. ලිපිය අදාළ ලිපි ගොනුවට ඇතුළත් කිරීම
6. ලිපියට පිළිතුරක් සකස් කිරීම
7. පිළිතුරු ලිපිය පරිගණකය මගින් සැකසීම
8. පිළිතුරු ලිපියට ප්‍රධානියාගේ අත්සන ලබා ගැනීම හා නිල මුද්‍රාව තැබීම
9. තැපැල් කිරීම සඳහා ලිපි කවරයකට දමා සැකසීම
10. තැපැල් අංශයේ දී මුද්දර මුද්‍රාව තැබීම හා තැපැල් කිරීම

කාර්යාලයකින් කිසියම් සේවාවක් ලබා ගැනීම සඳහා ගිය විට එහි මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය වෙනස් වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් පුරවැසි හැඳුනුම්පතක් ගැනීමට පුරවැසියන් ලියා පදිංචි කිරීමේ දෙපාර්තමේන්තුවට යන කෙනෙකුට ලැබෙන්නේ මේ ආකාරයේ අත්දැකීමකි.

1. අයදුම්පත්‍රය කවුළුවට භාර දීම
2. අයදුම්පත්‍රයට අදාළ මුදල් ගෙවීම හා ලදුපතක් ලබා ගැනීම
3. පුරවැසි හැඳුනුම් පත ලබා ගැනීමේ දී එය ලබා ගත් බවට අත්සන් කිරීම.

මෙහි දී කාර්යාලයට ලැබුණු අයදුම්පතට අදාළ ව මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය ඉහතින් දක්වා ඇති ලිපියක මාධ්‍ය ක්‍රියාවලියට සමාන වේ. මේ ආකාරයෙන් කාර්යාලයක මාධ්‍ය ක්‍රියාවලිය ඒ ඒ කාර්යාලය අනුව වෙනස් වන්නට පුළුවන.

3). කාර්යාලයීය මාධ්‍ය උපකරණ හඳුනා ගැනීම හා භාවිතය

මේ ආකාරයෙන් කාර්යාලයක පාවිච්චි කරන මූලික මාධ්‍ය උපකරණ කිහිපයක් ගැන දැන සිටීම වැදගත් ය.

- **දින මුද්‍රා යන්ත්‍රය**

මෙය කුඩා යාන්ත්‍රික උපකරණයකි. එහි රබර් හෝ පොලිමර් හෝ යොදා සකස් කරන ලද දිනය, මාසය හා වර්ෂය සකස් කළ හැකි කොටසක් ද, එයට තීන්ත තවරන කොටසක් ද සහිත ය. ඒ අනුව එම උපකරණය යම් ලේඛනයක් මත තබා තද කිරීමේ දී එහි සකස් කර ඇති දිනය, මාසය හා වර්ෂය තීන්ත මගින් කඩදාසියේ සටහන් වේ. යම් කාර්යාලයකට අවශ්‍ය නම් එහි තමන්ගේ කාර්යාලයේ නම ද අදාළ අංශයේ නම ද ඇතුළත් කර දින මුද්‍රාව සකස් කර ගත හැකි ය. එසේ නොමැති ව පොදුවේ පාවිච්චි කළ හැකි දින මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක් වෙළෙඳ සැලකින් මිල දී ගත හැකිය.



3.10 රූපය - දින මුද්‍රා යන්ත්‍රයක්

කාර්යාලයක් තුළ ලිපි ලබා ගැනීමේ අංශය නොහොත් තැපැල් අංශය සතු ව දින මුද්‍රණ යන්ත්‍රයක් තිබේ. යම් ලිපියක් කාර්යාලයට ලැබුණු දිනය සහතික කරනු ලබන්නේ මෙම දින මුද්‍රා යන්ත්‍රය මගිනි. සමහර විට එවැනි දින තහවුරු කිරීම නෛතික කාර්යයන්හි දී අවශ්‍ය වේ. එපමණක් නොව කාර්යාලයට ලැබුණු ලිපිය ඉන් පසු එක් එක් අංශවලට යැවෙනු ඇත. ඒ ඒ අංශවලට එම ලිපිය සම්බන්ධයෙන් කටයුතු කළ හැක්කේ එය ලැබුණු දින දී ය. ඒ නිසා ඒ ඒ අංශවලට එම ලිපිය ලැබෙන දිනය ද වැදගත් වේ. ඒ නිසා කාර්යාලයක තැපැල් අංශයේ පමණක් නොව එක් එක් අංශවල ද දින මුද්‍රා තිබෙන්නට පුළුවන. මෙම වැදගත් කම නිසා දින මුද්‍රා තැබීම වගකිවයුතු කාර්යයක් ලෙස සැලකේ. සමහර කාර්යාලවල දින මුද්‍රාව තැබීමෙන් පසු එම මුද්‍රාව තුළ කෙටි අත්සනක් ද යොදනු ලැබේ. එසේ කරනු ලබන්නේ වෙනත් කෙනෙකු විසින් නිල නොවන ආකාරයෙන් යම් ලේඛනයකට දින මුද්‍රා තබනු ලැබීම වැළැක්වීම සඳහා ය.

උදාහරණයක් වශයෙන් යම් අයදුම්පතක් කාර්යාලයට ලැබිය යුතු දිනය පසු වී ලැබුණා යැයි සිතන්න. එවිට දින මුද්‍රාව තබන්නේ අදාළ දිනය පසු වූ දිනයක ය. ඒ අනුව එම අයදුම් පත්‍රය ප්‍රතික්ෂේප කිරීමේ අයිතිය කාර්යාලයට තිබේ. සාමාන්‍යයෙන් දින මුද්‍රා සකස් කර ඇත්තේ දිනය ආපසු කරකැවිය නොහැකි වන ආකාරයෙනි. ඒ නිසා යම් දිනයක ලැබුණු ලිපියකට එයට පෙර දිනයක් යොදා දින මුද්‍රා තැබිය නොහැකි ය.

❒ නිල මුද්‍රාව



3.11 රූපය - නිල මුද්‍රා යන්ත්‍ර

යම් විධායක නිලධාරියකුගේ අත්සන සමග එම නිලධාරියාගේ නිල මුද්‍රාව තබනු ලැබේ. මෙහි දී කාර්යාලයක ප්‍රධානියා, අනුප්‍රධානීන් හෝ වෙනත් මාණ්ඩලික නිලධාරීන් තමන්ගේ කාර්යයට අදාළ ව අත්සන් යෙදීමේ දී නිල මුද්‍රාව තබනු ඇත. බොහෝ විට අත්සනට නීත්‍යානුකූල වලංගුභාවයක් ලැබෙන්නේ නිල මුද්‍රාව මගිනි. මේ සඳහා සාමාන්‍යයෙන් යොදා ගන්නේ කාබන් තීන්ත ය. එහෙත් නූතනයේ තීන්ත සහිත නිල මුද්‍රා යන්ත්‍ර සකස් කර ගත හැකි අතර, ඒවාට තමන් කැමති වර්ණයක තීන්ත යොදන්නට පුළුවන.

නිල මුද්‍රාව භාවිත කළ හැක්කේ එම නිලධාරියාට හෝ නිලධාරියාගේ අනුමැතිය ලද කෙනෙකුට පමණි. මේ නිසා කිසියම් නිල මුද්‍රාවක් අනවසරයෙන් භාවිත කළ නොහැකි ය. නිල මුද්‍රා ඉතා සුරක්ෂිත ව කාර්යාලයක තබා ගනු ලැබේ. සමහර විධායක නිලධාරීන් විසින් තම නිල මුද්‍රාව ලාච්චුවක සුරක්ෂිත ව තබා ගනු ලැබේ. නිල මුද්‍රා නිෂ්පාදනය කරන්නෝ ද මේ සම්බන්ධයෙන් වගකීමකින් කටයුතු කරති.

❒ ගණක යන්ත්‍රය



3.12 රූපය - ගණක යන්ත්‍රයක්

පරිගණක මූලධර්ම යොදා සකස් කරන ලද ගණක යන්ත්‍ර නොහොත් කැල්කියුලේටර් සෑම කාර්යාලයක ම භාවිත කෙරේ. එහි කුඩා තිරයක් හා යතුරු පුවරුවක් ඇති අතර යතුරු පුවරුව යොදා ගෙන ගණනය කිරීම කළ හැකි ය. එය තිරයෙන් දකින්නට ලැබේ. වඩාත් දියුණු කරන ලද ගණක යන්ත්‍රවල මෙම ගණනය කිරීම කඩදාසියක මුද්‍රණය ද කර ගත හැකි ය. මෙම සියලු ගණනය කිරීම් යන්ත්‍රය විසින් මතකයේ රඳවා ගනු ලැබේ.

● පරිගණකය

කාර්යාලයීය උපකරණයක් වශයෙන් පරිගණකය ක්‍රියා කරන්නේ දෙයාකාරයකට ය. එකක් නම් සාමාන්‍ය ලිපි සැකසීමයි. දෙවැන්න නම් සැලසුම් කරන ලද පොදු ආකෘතියකට අනුව ලේඛන සැකසීමයි. උදහරණයක් වශයෙන් කාර්යාලයට ලැබෙන අයදුම්පත්වල විස්තර ඇතුලත් කිරීම සඳහා පෙර සැකසුම් කරන ලද පරිගණක ආකෘතියක් භාවිත කළ හැකිය. පරිගණකය බහුකාර්ය යන්ත්‍රයක් නිසා එය යම් කාර්යයක් සඳහා යොදා ගන්නා ආකාරය අනුව එහි ක්‍රියාකාරි ස්වභාවය වෙනස් වේ. මෙම කාර්යය තනි පරිගණකයක් වශයෙන් හෝ පරිගණක ජාලයක් වශයෙන් හෝ ක්‍රියාත්මක වන්නට පුළුවන.



3.13 රූපය - නව පරිගණක යන්ත්‍රයක්

පෙර කල කාර්යාලවල භාවිත කරන ලද යතුරු ලියනයේ කාර්යය අද වන විට පරිගණක විසින් භාර ගෙන ඇත. ඒ අනුව සාමාන්‍ය ලිපි සැකසීමත්, විශේෂයෙන් සැලසුම් කරන ලද තොරතුරු ඇතුළත් කරමින් ලේඛන නිකුත් කිරීමත්, කාර්යාලයීය පරිගණක මගින් සිදු වේ. සාමාන්‍ය ලිපි සැකසීම එම ලිපිය සකසන්නාගේ හැකියාව මත රඳා පවතී. එනම් ලිපිය සකසන්නා විසින් ඇතුළත් කරන තොරතුරු අනුව ලිපිය සැකසේ. එහෙත් සැලසුම් කරන ලද පරිගණක වැඩසටහනකට අනුව ලේඛන සැකසීමේ දී පරිගණකය විසින් ඉල්ලා සිටින තොරතුරු නිවැරදි ව ලබා දෙන්නට පරිගණක ක්‍රියාකරුට සිදු වේ. වැරදි තොරතුරු සැපයීමෙන් ලැබෙන්නේ වැරදි ලේඛනයකි. අසම්පූර්ණ තොරතුරු සැපයූ විට ලේඛනය නිකුත් කිරීම පරිගණක වැඩසටහන විසින් ප්‍රතික්ෂේප කරනු ලැබේ. නූතනයේ කාර්යාලවල ලිපි ශීර්ෂය පරිගණකයට ඇතුළත් කර තිබේ. එසේ වූ විට එම ලිපි ශීර්ෂයේ ලිපියක් වශයෙන් පරිගණක පිටපත ලබා ගත හැකි ය. සමහර විට පරිගණකය විසින් සැකසුම් කරන ලද ලිපිය මුද්‍රිත ලිපි ශීර්ෂයක් මගින් මුද්‍රණ යන්ත්‍රයෙන් මුද්‍රණය කර ගත හැකි ය.

● මුදල් සටහන් යන්ත්‍රය

යම් මුදල් ගනුදෙනුවක සටහන යාන්ත්‍රික ව සිදු කරන යන්ත්‍රයකි. මෙහි දී එම සටහන පත්‍රිකාවක මුද්‍රණය කරන අතර ම, එම තොරතුරු පිටපත් දෙකකින් ලබා දෙන්නට ද පුළුවන. එසේ ම එම තොරතුරු මතකයේ රඳවා ගැනීමට ද මෙම යන්ත්‍රයට හැකි වේ.



3.14 රූපය - මුදල් සටහන් යන්ත්‍රය

මුදල් ගනුදෙනු කරන අංශවල හෝ ව්‍යාපාරවල හෝ මුදල් ගනුදෙනු අතින් කිරීම වෙනුවට යන්ත්‍ර මගින් කරනු ලැබේ. එවිට ලබා ගන්නා මුදල් පිළිබඳ සටහන යන්ත්‍රය මගින් ලදුපතක් වශයෙන් නිකුත් කරයි. එම ලදු පතේ පිටපතක් හෝ දෙකක් ද ඒ සමග නිකුත් කරනු ලබයි. එසේ ම බොහෝ විට එම තොරතුරු මුදල් සටහන් යන්ත්‍රයේ රඳවා ගනී. මෙහි අරමුණ වන්නේ මුදල් භාර ගන්නා තැනැත්තාට මුදල් සඟවා ගැනීමට ඇති ඉඩ කඩ ඇහිරීමයි. එසේ ම මුදල් ගනුදෙනු ව වඩාත් ඉක්මණින් හා නිවැරදි ව කිරීමට ද අවකාශ ලැබේ. ලැබූ මුදල් හෝ ගෙවූ මුදල් හෝ පරීක්ෂා කිරීමේ දී මෙම මුද්‍රිත බිල්පත් හා යන්ත්‍රයේ ඇති තොරතුරු භාවිත කළ හැකි ය.

❒ තැපැල් මුද්‍රා යන්ත්‍රය

මෙම යන්ත්‍රයට කිසියම් මුදල් වටිනාකමක් තැපැල් කාර්යාලය විසින් ඇතුළු කරනු ලැබේ. එවිට එම වටිනාකම අවසාන වන තුරු එය මුද්දර වශයෙන් ලිපිවල සටහන් කළ හැකි ය. එහි දී සිදු වන්නේ ලිපියක මුද්දර ඇලවීම වෙනුවට මුද්දර යන්ත්‍රය මගින් මුද්දර මුද්‍රාවක් මුද්‍රණය කිරීමයි. මෙය ක්‍රියාත්මක කිරීමට යතුරක් අවශ්‍ය වේ. යන්ත්‍රයට ඇතුළත් කරන ලද මුද්දර වටිනාකම අවසාන වූ විට තැපැල් කාර්යාලයට ගොස් මුදල් ගෙවා යම් වටිනාකමක් නැවත ඇතුළත් කළ හැකි ය.



3.15 රූපය - තැපැල් මුද්‍රා සටහන් යන්ත්‍රයක්

දිනපතා ලිපි විශාල ප්‍රමාණයක් තැපැල් කරන කාර්යාලයක ඒ සඳහා මුද්දර භාවිත කිරීම කරදරයක් පමණක් නොව අනාරක්ෂිත ක්‍රමයක් ද වේ. ඒ නිසා තැපැල් කාර්යාලය සමග කතිකා කර ගැනීමෙන් තැපැල් මුද්‍රා යන්ත්‍රයක් ලබා ගත හැකි ය. එයට යම් මුදල් වටිනාකමක් තැපැල් කාර්යාලය විසින් ඇතුළු කරනු ලැබේ. උදාහරණයක් වශයෙන් රුපියල් පන්දහසක් ඇතුළත් කරන ලද්දේ නම් එයට රුපියල් පහේ මුද්දර දහසක් මුද්‍රා තැබිය හැකි ය. එහෙත් සෑම ලිපියකට ම රුපියල් පහක මුද්දරය ප්‍රමාණවත් නොවන්නට පුළුවන. ලියාපදිංචි තැපෑලෙන් යවන ලිපියකට අදාළ මුද්දර වටිනාකම වැඩි ය. එක් එක් ලිපිවල බර අනුව ඒ සඳහා ඇලවිය යුතු මුද්දර වටිනාකම පිළිබඳ ව තැපැල් කාර්යාලය විසින් උපදෙස් ලබා දෙයි. ඒ අනුව නියමිත මුද්දර වටිනාකම දක්වා ලිපිය යන්ත්‍රයට ඇතුළු කළ විට අදාළ වටිනාකමට මුද්දරය මුද්‍රණය කරනු ලැබේ.

කාර්යාලයක් තුළ දී තැපැල් මුද්‍රා යන්ත්‍රය යම් එක් නිලධාරියකු භාරයේ තබයි. එයට හේතුව එම යන්ත්‍රය මගින් කරනු ලබන්නේ, කාර්යාලයේ මුදල් ගනුදෙනුවක් වන බැවිනි. එක් නිලධාරියකු භාරයේ තබා විධිමත් ව ලිපි මුද්‍රා තැබීමෙන් එයින් වංචා සිදුවීම වැළැක්විය හැකි ය.

❐ මුදල් ගණින යන්ත්‍රය

මෙම යන්ත්‍රයට එක ම වර්ගයක මුදල් නෝට්ටු යෙදූ පසු සැණෙකින් ඒවා ගණනය කර දෙයි. සාමාන්‍යයෙන් එක වරකට යොදන්නේ එක ම වටිනාකමක් ඇති නෝට්ටු පමණකි. යන්ත්‍රයෙන් කරනු ලබන්නේ මුදල් වටිනාකම ගණන් කිරීම නොව මුදල් නෝට්ටු සංඛ්‍යාව ගණනය කිරීම ය. සමහර යන්ත්‍රවල ඇති පහසුකම් අනුව ව්‍යාජ මුදල් නෝට්ටු හඳුනා ගැනීමට ද හැකියාව තිබේ. මෙහි යොදා ගෙන ඇත්තේ ද පරිගණක තාක්ෂණයයි.



3.16 රූපය - මුදල් ගණින යන්ත්‍රයක්

බැංකු වැනි විශාල මුදල් ප්‍රමාණයක් දෛනික ව ගනුදෙනු කරන කාර්යාලවලට හෝ එවැනි අංශ සහිත කාර්යාලවලට මුදල් ගණින යන්ත්‍ර අවශ්‍ය වේ. මුදල් ගණනය කිරීමේ දී ගත වන කාලය අඩු කර ගැනීමත්, ගණනය කිරීමේ විශ්වාසය වැඩි කර ගැනීමත් මෙහි අරමුණයි. සමහර මුදල් ගණින යන්ත්‍රවල ගණනය කිරීම ගනුදෙනුකරුට වෙනත් කුඩා තිරයකින් දැක ගැනීමට හැකි ආකාරයට සකස් කරන ලද අවස්ථා වාණිජ බැංකුවල දකින්නට පුළුවන.

3.3 තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ මාධ්‍ය උපකරණ

පෙර කල නොවූ ආකාරයෙන් අද වන විට තොරතුරුවලට වැඩි වටිනාකමක් ලැබී තිබේ. විවිධ කාර්යයන් සඳහා තොරතුරු රැස් කර ගැනීම, ගබඩා කර ගැනීම, සැකසුම් කිරීම හා බෙදා හැරීම සිදු වේ. තොරතුරු සම්බන්ධයෙන් ඇති විශේෂ ලක්ෂණයක් නම් ඒවා ඉතා වේගයෙන් හුවමාරු කර ගැනීමේ අවශ්‍යතාවයයි. උදාහරණයක් වශයෙන් මේ දැන් අවශ්‍ය තොරතුරක් දැන් නො ලැබී තව විනාඩි පහකින් ලැබීමෙන් වැඩක් නැති වන්නට පුළුවන.

ඒ නිසා ලෝකය පුරා තොරතුරු හුවමාරුවට යොදා ගන්නා මාධ්‍ය උපකරණ දවසින් දවස සංවර්ධනය වෙමින් පවතී. අද තොරතුරු හුවමාරු වීම වේගයෙන් සිදු වන්නේ අන්තර්ජාලය මගිනි. ඒ හැර පුද්ගලික ව තොරතුරුකරණය සඳහා යොදා ගත හැකි විවිධ මෙවලම් අද වන විට සමාජයේ භාවිතයට පැමිණ ඇත. මෙම තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ මාධ්‍ය උපකරණ අද වන විට සමාජයට කොතරම් අවශ්‍ය ද යත්, රටක ජනගහණයට වැඩි ප්‍රමාණයක් ජංගම දුරකථන සම්බන්ධතා තිබීමෙන් ම පැහැදිලි වේ. බහ තෝරන වියේ දරුවාගේ සිට මහලු වියේ තැනැත්තා දක්වා ම තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ මාධ්‍ය භාවිතය ප්‍රචලිත වී තිබේ.

1). තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ අවශ්‍යතාව

නූතන සමාජය තොරතුරු සමාජයක් ලෙස සැලකේ. සෑම තරාතිරමක ම පුද්ගලයන්ට මෙන් ම සංවිධානවලට ද විවිධ අවශ්‍යතා සඳහා තොරතුරු හුවමාරුව අත්‍යවශ්‍ය වී තිබේ. මූලික සන්නිවේදනය සඳහා සන්නිවේදන හා තොරතුරු තාක්ෂණය යොදා ගැනීම නිසා ලෝකය එක ම ගම්මානයක් බවට පත් වී තිබේ. ඒ අනුව අද වන විට තොරතුරු හුවමාරුව සඳහා යොදා ගන්නා මූලික උපකරණ හා මෙවලම් කිහිපයක් හඳුනා ගැනීමත්, ඒවා භාවිත කරන ආකාරය දැන ගැනීමත් ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ.

2). තොරතුරු හුවමාරු කිරීමේ උපකරණ හඳුනා ගැනීම හා භාවිතය

වර්තමානයේ කාර්යාල හා පුද්ගලයන් විසින් තොරතුරු හුවමාරුව සඳහා යොදා ගනු ලබන ප්‍රධාන උපකරණ කිහිපයක් හඳුනා ගැනීම වැදගත් ය.

- **දුරකථන**

ප්‍රධාන වශයෙන් ම දුරකථන වර්ග දෙකක් මේ වන විට භාවිත වේ.

(අ.) ස්ථාවර දුරකථනය

(ආ.) ජංගම දුරකථනය.

ස්ථාවර දුරකථනය රැහැන් සහිත හෝ රැහැන් රහිත හෝ විය හැකි ය. එහි ලක්ෂණය නම් එය යම් භූගෝලීය ස්ථානයක ස්ථාවර ව පැවතීමයි. එය ගෘහයක් හෝ කාර්යාලයක් හෝ මහජන දුරකථන කුටියක් හෝ විය හැකි ය. ගෘහයේ හෝ කාර්යාලයේ ස්ථාවර දුරකථනය මගින් පිළිතුරු දීම හා ඇමතීම කළ හැකි ය. එහි අංකය ග්‍රාහකයෝ දනිති. එහෙත් දුරකථන කුටිවල අංකය මහජනතාව නොදන්නා නිසා දුරකථන කුටියකට ඇමතුමක් ලබා ගත නොහැකි ය. එහෙත් දුරකථන කුටියෙන් වෙනත් ග්‍රාහකයන් සඳහා ඇමතුම් ලබා ගත හැකි ය.



3.17 රූපය - ස්ථාවර දුරකථනයක් (පැරණි)



3.18 රූපය - ස්ථාවර දුරකථනයක් (නව)

ස්ථාවර දුරකථන පසු ගෙවුම් හෝ පෙර ගෙවුම් හෝ වශයෙන් පවත්වා ගත හැකි ය. පසු ගෙවුම් දුරකථනයට මාසික බිල්පතක් ලැබේ. දුරකථන ඇමතුම් ප්‍රමාණය නොසලකා මාසික බද්දක් ද අය කෙරේ. පසු ගෙවුම් ස්ථාවර දුරකථනයට මාසික බිල්පත් හෝ මාසික බද්දක් හෝ අය නො කරන අතර, ඒ ඒ අවස්ථාවන්හි දී ග්‍රාහකයා විසින් පෙර ගෙවුම් කරන ලද වටිනාකම අවසාන වන තෙක් ඇමතුම් දීම කළ හැකි ය.

පෙර ගෙවුම් දුරකථනවල ගෙවුම් වටිනාකම අවසාන වූ විට ඇමතුම් දිය නොහැකි වුවත්, යම් කාලයක් යන තෙක් ඇමතුම් ලබා ගත හැකි ය.



3.19 රූපය - ජංගම දුරකථන

ජංගම දුරකථනය යනු රැහැන් රහිත දුරකථනයකි. එය අද වන විට කුඩා උපකරණයක් බවට පත් වී තිබේ. එසේ ම එහි ඇති පහසුකම් ද වැඩි ය. කථනය මෙන් ම ලේඛනය මගින් තොරතුරු හුවමාරු කිරීමට ද ජංගම දුරකථනයේ පහසුකම් ඇත.

සාමාන්‍යයෙන් දුරකථනය දෙපාර්ශ්වය නො දකින උපකරණයකි. විශේෂයෙන් කාර්යාලයීය දුරකථනවල හුවමාරු වන්නේ හඬයි. එසේ ම එය සැම විට ම ද්වි පුද්ගල සන්නිවේදනය සඳහා යොදා ගනු ලබයි. ඒ නිසා මෙය ද්වි පුද්ගල අනභිමුඛ කතිකාවක් ලෙස හැඳින්විය හැකි ය.

දුරකථනයේ කථනයට සම්බන්ධ වන දෙපාර්ශ්වය ම පිළිපැදිය යුතු ආචාර ධර්ම තිබේ. ඒවා කිහිපයක් මෙහි පහත දැක් වේ.

- දුරකථන ඇමතුම ලබන්නා ඔබ නම් ඇමතුම සක්‍රීය වූ විගස තමන්ගේ අනන්‍යතාව හෙළි කළ යුතුය. එසේ කිරීම නොකළ යුතු යැයි සිතන්නේ නම්, හලෝ කියන්න. එවිට ඇමතුමේ ආරම්භකයා විසින් තම අනන්‍යතාව හෙළි කළ යුතුය.
- දෙපාර්ශ්වයේ ම ගෞරවය රැකෙන පරිදි වචන භාවිත කළ යුතු ය.
- කිය යුතු දේ කෙටියෙන් කීම දුරකථනයේ දී වඩාත් ම යෝග්‍ය සාමාන්‍ය ක්‍රමයයි.
- තමන්ට විමසිය යුතු දේ පණිවුඩය ලබන්නාට පැහැදිලි ව තේරුම් ගත හැකි ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කරන්න.
- දුරකථනයෙන් ඇමතුමක් ලබා ගන්නට පෙර අවශ්‍යතාව නිවැරදි ව දැන ගෙන එයට නිසි ලෙස සූදානම් වන්න.
- දුරකථනයෙන් විසඳා ගත නොහැකි ප්‍රශ්න සඳහා දුරකථනය යොදා නො ගන්න.
- තමන්ට අනවශ්‍ය දුරකථන ඇමතුමක් නම් ආචාරශීලී ව නොපමා ව සම්බන්ධතාව විසන්ධි කරන්න.
- තමන් නොදන්නා අතහැරුණු ඇමතුම්වලට (Missed calls) ඇමතීමෙන් වළකින්න.
- තමන් නොදන්නා අයගේ කෙටි පණිවුඩවලට පිළිතුරු දීමෙන් වළකින්න.
- පෙර ගෙවුම් සහිත දුරකථනයක් නම් සන්නිවේදන මධ්‍යස්ථානයකට තම අංකය ලබා නොදී, කාඩ්පතක් මගින් පෙර ගෙවුම් කරන්න.
- දුරකථනය තමන්ගේ පෞද්ගලික ජීවිතයට බාධාවක් කර නො ගන්න.
- දුරකථනය භාවිතය යනු මුදල් බව අමතක නො කරන්න.

- **ෆැක්ස් යන්ත්‍රය**

ස්ථාවර දුරකථනය මෙන් ම ස්ථාන දෙකක ක්‍රියාත්මක වන සන්නිවේදන උපකරණයකි. එහි දී එක් ස්ථානයකින් ඇතුළු කරන යම් කඩදාසියක ඇති සටහන විද්‍යුත් තරංග බවට පත් කරයි. ඉන් පසු එම තරංග ග්‍රාහක යන්ත්‍රය වෙත ගමන් කරයි. එම යන්ත්‍රය විසින් එම විද්‍යුත් තරංග නැවත ලේඛනයේ ඇති සටහන බවට පත් කරයි. එහි පිටපතක් එම ග්‍රාහක යන්ත්‍රය විසින් මුද්‍රණය කර ලබා දෙයි.



3.20 රූපය - ෆැක්ස් යන්ත්‍රයක්

මෙම කාර්යය සඳහා තත්පර කිහිපයකට වඩා ගත වන්නේ නැත. මෙම ක්‍රියාවලිය සිදු වන්නේ ද ආරම්භක යන්ත්‍රයේ හා ග්‍රාහක යන්ත්‍රයේ ඇති දුරකථන අංක යොදා ගනිමිනි.

ගෘහස්ථ ව ද කාර්යාලයීය වශයෙන් ද ෆැක්ස් යන්ත්‍ර භාවිත වේ. එයට අමතර ව සන්නිවේදන මධ්‍යස්ථානවලින් ද තැපැල් කාර්යාලවලින් ද ෆැක්ස් පහසුකම ලබා ගත හැකි ය. ෆැක්ස් පණිවුඩයක් යැවීමේ දී එය තද කළු අකුරින් සකස් කිරීම යෝග්‍ය ය. ඒ මගින් ගමනාන්තයේ හොඳ ෆැක්ස් මුද්‍රණයක් ලබා ගත හැකි ය. ෆැක්ස් පණිවුඩයක් යැවීමේ දී ගමනාන්තයේ ෆැක්ස් යන්ත්‍රය ක්‍රියාත්මක ව පවතින බව සැක හැර දැන ගත යුතු ය. අන්තර්ජාතික වශයෙන් ෆැක්ස් පණිවුඩයක් යැවීමේ දී එම රටේ වේලාව පිළිබඳ ව දැන සිටීම වැදගත් වේ. ගමනාන්තයේ ෆැක්ස් පණිවුඩය මුද්‍රණය වන විට ආරම්භක ස්ථානයේ දුරකථන අංකය හා සමහර විට කාර්යාලයේ නම ද සඳහන් වන නිසා එහි විශ්වාසනීයත්වය වැඩි ය. ෆැක්ස් පණිවුඩවල ඇති වන දෝෂයක් නම් එහි මුද්‍රණය ඉතා ඉක්මණින් මැකී යාමයි. එයට හේතුව එහි මුද්‍රණ ක්‍රමයයි. එබැවින් ෆැක්ස් පණිවුඩයක් ලද විට එහි තොරතුරු තබා ගැනීමට අවශ්‍ය නම් ඡායා පිටපතක් ලබා ගැනීම වඩාත් යෝග්‍ය ය. ෆැක්ස් ගනුදෙනුව සිදු වන්නේ එක් ස්ථානයකින් තවත් එක් ස්ථානයකට පමණි.

ෆැක්ස් පණිවුඩයක් යැවූ පසු එය ගමනාන්තයට යැවූ බව තහවුරු කෙරෙන පත්‍රිකාවක් ආරම්භක ස්ථානයේ ෆැක්ස් යන්ත්‍රයෙන් නිකුත් කරනු ලබයි. එම තහවුරු ලිපිය යැවූ ලේඛනයට අමුණා තැබීම අවශ්‍ය ය. ඒ මගින් පසු අවස්ථාවක මෙම ෆැක්ස් පණිවුඩය නිසි පරිදි යැවූ බවට තහවුරු කළ හැකි ය.

● විද්‍යුත් කැඳවනය හෙවත් පේජරය



3.21 රූපය - පේජරය

රැහැන් රහිත ව තොරතුරු හුවමාරු කළ හැකි සන්නිවේදන උපකරණයකි. කථනය වෙනුවට කෙටි ලිඛිත සන්දේශ හෝ සංඥා යැවීමට භාවිත කරනු ලබයි. එම ලිඛිත සන්දේශය පේජරයේ කුඩා තිරයේ දැක් වේ. එක ආරම්භක ස්ථානයකින් වැඩි ගමනාන්ත සංඛ්‍යාවකට හෙවත් පේජර වැඩි සංඛ්‍යාවකට එක වර සන්දේශයක් යැවිය හැකි ය.

පේජරයේ භාවිතය තේරුම් ගැනීම සඳහා පහත දැක්වෙන උදාහරණ දෙක පමණක් ප්‍රමාණවත් වේ.

1. ආරෝග්‍යශාලාවක වෛද්‍යවරුන් හා අනෙකුත් කාර්ය මණ්ඩලය ඒ ඒ ස්ථානයන්හි කාර්යන්හි යෙදී සිටින විටක හදිසි ප්‍රතිකාර සඳහා ඔවුන් කැඳවන්නට සිදු වන අවස්ථාවක් සිහියට නගා ගන්න. ඒ සඳහා යොදා ගත හැකි සන්නිවේදන උපකරණය කුමක් ද? පේජරය මගින් ඒ සියලු දෙනා ළඟ ඇති පේජරවලට සැණෙකින් පණිවුඩය යැවිය හැකි ය. සමහර විට විද්‍යුත් සංඥාවක් පමණක් ප්‍රමාණවත් වේ. එම විද්‍යුත් සංඥාවේ තේරුම තමන් වහා ම ශෛල්‍යාගාරයට යා යුතු ය යන්න ය. පේජරයෙන් ලැබෙන සංඥාව නිශ්චිත වන අතර එයට වහා ප්‍රතික්‍රියා දැක්වීමට පුළුවන. එහි දී ජංගම දුරකථනයට වඩා පේජරයෙන් ලැබෙන වාසිය වැඩිය.

2. ආයතන ප්‍රධානියකුට තමන්ගේ රියැදුරු සිටින තැනකින් වහා ම කැඳවීමට ද පේජරය භාවිත කළ හැකි ය. එහි දී නිකුත් කරන්නේ සංඥාවක් පමණි. එම සංඥාව ලැබුණු වහා ම රියැදුරා තම වාහනය වෙත යා යුතු ය.

කෙසේ වුව ද අද වන විට ජංගම දුරකථනයේ පැමිණීමෙන් පසු පේජරය භාවිතය සිදු වන්නේ අත්‍යවශ්‍ය ස්ථානවල පමණි.

- **විද්‍යුත් තැපෑල**

අන්තර්ජාලය විසින් සපයා ඇති පහසුකම් අනුව විද්‍යුත් තැපැල් ලිපිනයක් පවත්වා ගෙන යන කෙනෙකුට තම ලිපිනය යොදා ගෙන වෙනත් එවැනි ලිපිනයකට හෝ ලිපින කිහිපයකට එක් වර සන්දේශයක් යැවිය හැකි ය. මෙහි ඇති විශේෂය නම් යවන්නාට මෙන් ම ලබන්නාට ද ලෝකයේ කොතැනක සිට හෝ මෙම ලිපි ගනුදෙනුව කළ හැකි වීමයි. මෙහි දී ලිපි පමණක් නොව වීඩියෝ, චිත්‍රපට හෝ ඡායාරූප ආදිය හෝ හුවමාරු කළ හැකි ය. මේ සඳහා මුර පදයක් ලැබෙන අතර, අදාළ විද්‍යුත් තැපැල් ගොනුව විවෘත කළ හැක්කේ එම මුර පදය යොදා ගැනීමෙන් පමණකි. අවශ්‍ය නම් මෙම මුර පදය වෙනස් කළ හැකි ය.

පුද්ගලයකුගේ නමින් හෝ කාර්යාලයක නමින් හෝ විද්‍යුත් ලිපිනයක් ලබා ගත හැකි ය. සීමිත පහසුකම් සහිත ව නොමිලේ ලබා ගත හැකි විද්‍යුත් ලිපින අද වන විට ලෝකය පුරා ජනප්‍රිය වී ඇත. යාහූ (Yahoo) හා ගූගල් (Google) වැනි අන්තර්ජාල සේවා මෙම නොමිලේ පහසුකම් සලසා දෙයි. උදාහරණ වශයෙන් siriyalathangi@yahoo.com හෝ vishvakalanika@gmail.com හෝ දැක්විය හැකි ය. එහෙත් කාර්යාලයක තොරතුරු හුවමාරුව අධික වන බැවින් හා වැඩි ඉඩකඩක් අවශ්‍ය වන නිසා, මුදල් ගෙවා නිල වශයෙන් විද්‍යුත් ලිපිනයක් ලබා ගත හැකි ය.

3.22 රූපය - අන්තර්ජාල ලිපින ලබා දෙන සෙවුම්

නිල වශයෙන් මුදල් ගෙවා කාර්යාලයකට ලබා ගන්නා විද්‍යුත් ලිපිනය වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් වේ. එම ප්‍රධාන විද්‍යුත් ලිපිනය යටතේ කාර්යාලයේ සියලු කාර්ය මණ්ඩලයට ද එක් එක් අංශවලට වෙන් වෙන් ව විද්‍යුත් ලිපින ලබා දිය හැකි ය. මේ මගින් කාර්යාලයේ තොරතුරු හුවමාරුව ඉතා ඉහළ කාර්යක්ෂමතාවක් අත්පත් කර ගනී.

මෙවැනි නිල විද්‍යුත් ලිපිනයට බාහිර පාර්ශ්වයන්ගෙන් ලිපි ලැබෙන අතර, එයට ඉක්මණින් පිළිතුරු යවන්නට ද හැකි ය. එපමණක් නොව අද වන විට කාර්යබහුල කාර්යාලවල කාර්ය මණ්ඩලයට යවන අභ්‍යන්තර ලිපි ද අන්තර්ජාලය මගින් යැවීමේ පුරුද්දක් ඇති වී තිබේ. එය ඉතා සාර්ථක ක්‍රමයකි.

උදාහරණයක් වශයෙන් කාර්යාලයේ යම් නිලධාරියකුට දැන්විය යුතු යමක් ඇත්නම් හෝ යොමු කළ යුතු යම් ලේඛනයක් ඇත්නම් එය එම නිලධාරියාගේ නිල විද්‍යුත් ලිපිනයට යැවිය හැකි ය. ඒ අවස්ථාවේ දී එම නිලධාරියා නොමැති වුවත් ඔහු පැමිණි විට තමන්ට ලැබී ඇති විද්‍යුත් ලිපි සොයා බලන නිසා එම ලිපිය නොවැරදී ම

ලැබේ. යම් කාරණයක් දුරකථනය මගින් දැන්වීමට වඩා මෙය සාර්ථක වේ. එයට හේතුව දුරකථනය මගින් කෙරෙන වාචික කථනය මතකයේ තබා ගත යුතු වීමත්, විද්‍යුත් තැපැල් ලිපිය විද්‍යුත් තැපැල් ගොනුවේ කියවිය හැකි වීමත් ය. මේ ආකාරයෙන් කාර්යාලයක් තුළ කාර්ය මණ්ඩලයට එක් වර ම යම් කරුණක් දැන්වීමට ද විද්‍යුත් තැපැල යොදා ගත හැකි ය.

කාර්යාලයක් තුළ පවත්වා ගෙන යන නිල විද්‍යුත් තැපැල් ලිපිනයන්ට උදාහරණයක් වශයෙන් ඉන්දියාවේ අධ්‍යාපන පර්යේෂණ හා පුහුණු ජාතික ආයතනයේ (National Council of Educational Research and Training - NCERT) තොරතුරු පහත දැක් වේ.

ප්‍රකාශන අංශය	- pd.ncert@nic.in
සැපයීම් අංශය	- cbm.ncert@nic.in
අන්තර්ජාල අංශය	- dceta.ncert@nic.in
පුස්තකාල අංශය	- dldi.ncert@nic.in
විභාග අංශය	- deme.ncert@nic.in
මහජන සම්බන්ධතා අංශය	- media.ncert@nic.in

- **වෙබ් අඩවි**

අන්තර්ජාල පහසුකම් යොදා ගනිමින් යම් තැනැත්තකු හෝ සංවිධානයක් හෝ විසින් පවත්වා ගෙන යනු ලබන විද්‍යුත් තොරතුරු ඇතුළත් ගොනුවකි. අන්තර්ජාලයේ මෙම ගොනුව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා නියමිත මුදලක් ගෙවිය යුතු ය. මෙහි ලේඛන මෙන් ම මාධ්‍ය නිෂ්පාදන ද, ඡායාරූප ද ඇතුළත් කළ හැකි ය. එක් තැනකින් අන්තර්ජාලයට මුදා හරිනු ලබන වෙබ් අඩවියක් ලෝකයේ ඕනෑ ම තැනක කෙනෙකුට ග්‍රහණය කළ හැකි ය. බොහෝ කාර්යාල විසින් තමන්ගේ නමින් වෙබ් අඩවි පවත්වා ගෙන යනු ලැබේ. ඒ මගින් තමන්ගේ කාර්යාලයට අදාළ සියලු විස්තර අවශ්‍ය පාර්ශ්වයකට පහසුවෙන් දැන ගැනීමට ඉඩ කඩ සලසා දී ඇත. පහත සඳහන් උදාහරණ බලන්න.

අධ්‍යාපන අමාත්‍යාංශය	- www.moe.gov.lk
ශ්‍රී ලංකා විභාග දෙපාර්තමේන්තුව	- www.doenets.lk
අධ්‍යාපන ප්‍රකාශන දෙපාර්තමේන්තුව	- www.edupub.gov.lk
ජාතික පුස්තකාල හා ප්‍රලේඛන සේවා මණ්ඩලය	- www.natlib.lk
ජාතික අධ්‍යාපන ආයතනය	- www.nie.lk

යම් කාර්යාලයකට අයත් වෙබ් අඩවියක් නිර්මාණය කිරීම හා එහි තොරතුරු කළමනාකරණය පිළිබඳ වගකීම බොහෝ විට එම කාර්යාලයේ ම වෙබ් අඩවි කළමනාකරුවකුට අයත් වේ. එසේත් නැති නම් බාහිර පාර්ශ්වයකට එම කාර්යය පැවරිය හැකි ය.

වෙබ් අඩවියක් පවත්වා ගෙන යාමේ වාසි කිහිපයකි.

1. කාර්යාලයේ තොරතුරු වහා ම ලෝකය පුරා ඕනෑ ම කෙනෙකුට ග්‍රහණය කර ගත හැකි වීම
2. කාර්යාලයේ තොරතුරු යාවත්කාලීන කිරීම
3. කාර්යාලයේ කාර්යයන් සමාජයට විවෘත කිරීම
4. කාර්යාලයේ කටයුතු වඩාත් විධිමත් ව හා පිළිවෙළකට කළ හැකි වීම
5. කාර්යාලයේ තොරතුරු වේගවත් ව නිකුත් කළ හැකි වීම
6. වෙබ් අඩවිය ඔස්සේ විවිධ ප්‍රතිචාර වහා ලබා ගත හැකි වීම

- **විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණ**

කිසියම් දෙයක් පිළිබඳ ව විද්‍යුත් ක්‍රමයට තොරතුරක් ලබා ගැනීම සඳහා යොදා ගන්නා උපකරණ මෙයින් අදහස් වේ. තොරතුරු හා සන්නිවේදන තාක්ෂණයේ දියුණුවේ ප්‍රතිඵලයක් වශයෙන් මේ සඳහා යොදා ගත හැකි විවිධ පිරික්සුම් උපකරණ සමාජගත වී ඇත. ඒ ඒ අවශ්‍යතාව අනුව විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණය සකස් කර ගත හැකි ය. මෙහි දී සිදු වන්නේ මිනිස් ශ්‍රමයෙන් කරන ලද පරීක්ෂා කිරීමක් විද්‍යුත් උපකරණයකට පැවරීමකි.

උදාහරණයක් වශයෙන් වෙළෙඳ සැලකින් යම් භාණ්ඩයක් නිකුත් කරන ලද බවට විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණය මගින් එම විද්‍යුත් සටහනක් එම භාණ්ඩයේ ඇසුරුමට ඇතුළත් කරනු ලබයි. එසේ නිකුත් කරනු නො ලැබූ යම් භාණ්ඩයක් එවැනි වෙළෙඳ සැලකින් පිටතට කෙනෙක් ගෙන යන විට, පිටවීමේ දොරටුවේ ඇති විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණයෙන් සංඥා හඬක් නිකුත් වන්නට පටන් ගනී. එයින් කියවෙන්නේ අනවසරයෙන් භාණ්ඩයක් ගෙන යන බව ය.

පහත සඳහන් උදාහරණ අධ්‍යයනය කරන්න.

1. යම් ස්ථානයකින් ගමන් කරන පුද්ගලයන් සතු ව පවතින දෘශ්‍යමාන නොවන යම් යම් දේ පිළිබඳ තොරතුරු අනාවරණය කර ගැනීම - මෙය විවිධ ආරක්ෂිත කාර්යාල, වරාය, ගුවන් තොටුපොළ, හමුදා කඳවුරු ආදි සුවිශේෂ ස්ථානයන්හි දී බහුල ව යොදා ගැනේ. මෙම කාර්යය මුලින් කරන ලද්දේ මිනිස් ශ්‍රමයෙනි. එහෙත් විද්‍යුත් ක්‍රමය මගින් මෙය වඩාත් සාර්ථක ව ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය.

2. යම් ස්ථානයකින් ගෙන යන භාණ්ඩ පිළිබඳ ව තොරතුරු අනාවරණය කර ගැනීම - මෙවැනි විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණයක් භාවිතයේ ඇති ස්ථානයකින් ගෙන යන භාණ්ඩ ඇතුළත පරීක්ෂා කිරීමට පෙර දී යොදා ගන්නා ලද්දේ මිනිස් ශ්‍රමයයි. උදාහරණයක් වශයෙන් ගුවන් තොටුපොළකින් ගෙන යන මගී ගමන් බෑගයන් ගැන සිතා බලන්න. පෙර කල මේවා එකින් එක විවෘත කර ඇතුළත ඇති දේවල් මොනවාදැයි වෙන් වෙන් වශයෙන් පරීක්ෂා කරන ලද්දේ ගුවන් තොටුපොළේ සිටින පරීක්ෂණ නිලධාරීන් විසිනි. එය එක් අතකට කල් ගත වන, සමහර විට සිතා මතා සඟවා ගෙන සිටින යමක් අසු නොවන හා අයෝග්‍ය පිළිවෙළකි.

විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණ මගින් මෙවැනි ගමන් බෑගයන් විවෘත නො කර ම, ඒවායේ ඇතුළත ඇති දේ පරිගණක තිරයක් මගින් දැක ගන්නට අවකාශ සැලසී ඇත. එය ඉතා පහසු, ඉක්මන්, යෝග්‍ය හා ආරක්ෂාකාරී ක්‍රමයකි. පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. යම් අසුරනයක් තුළ අවි ආයුධ ඇත්දැයි දැන ගැනීම
2. කිසියම් හානිකර උපකරණ යම් අසුරනයක් තුළ ඇත්දැයි දැන ගැනීම
3. අසුරනයක් තුළ මත් ද්‍රව්‍ය ඇත්දැයි දැන ගැනීම
4. තැපැල් මගින් ලැබෙන විදේශීය පාර්සල් පරීක්ෂා කිරීම
5. මහ මග දී හෝ යම් විශේෂිත ස්ථානයකට කෙනෙක් ගෙන යන භාණ්ඩ පරීක්ෂා කිරීම

විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණ යොදා ගන්නේ ඇසුරුම් ඇතුළත අනාවරණය කර ගැනීමට පමණක් නොවේ. වෙනත් බොහෝ කාර්යයන් සඳහා ද එය යොදා ගත හැකි ය. උදාහරණයක් වශයෙන් යම් ස්ථානයක හෝ යම් වාහනයක හෝ අවට කිසියම් අනවසර පුද්ගලයකු සිටින්නේ ද යන්න පරීක්ෂා කර, ඒ පිළිබඳ සංඥා නිකුත් කිරීමට විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණ එම ස්ථානයේ හෝ වාහනයේ හෝ සවි කළ හැකි ය.

- **සංවෘත පරිපථ රූපවාහිනී කැමරා**

මෙය අද ව්‍යවහාරයේ පවතින්නේ CCTV යන කෙටි යෙදුමෙනි. එයින් අදහස් වන්නේ Close Circuite Tele -Vision හෙවත් සංවෘත රූපවාහිනී යන්නයි. මෙය තනි ව හෝ පද්ධතියක් වශයෙන් හෝ තිබෙන්නට පුළුවන. එසේ ම එය එක් ස්ථානයක හෝ ස්ථාන රාශියක් සම්බන්ධ කර හෝ තිබෙන්නට පුළුවන. මෙහි ඇති ස්වභාවය නම්, ඒ ඒ ස්ථානවල ඇති රූපවාහිනී කැමරා මගින් ලබා ගන්නා සන්දේශ එක් පාලක මැදිරියකින් නිරීක්ෂණය කරන්නට හැකි වීමත්, මෙම තොරතුරු පාලක යන්ත්‍රයේ මතකයේ රඳවා ගැනීමත් ය. පද්ධතියට ලබා දී ඇති උපදෙස් අනුව මෙම මතකය දිනක් හෝ වැඩි කාලයක් හෝ තබා ගත හැකි ය. අද වන විට සංවෘත රූපවාහිනී පද්ධති කාර්යාල, වෙළෙඳ ව්‍යාපාර, ගොඩනැගිලි හා නගර ආරක්ෂණය සඳහා බහුල ලෙස යොදා ගනී.



3.23 රූපය - සී.සී.ටී.වී කැමරාවක්



3.24 රූපය -
සී.සී.ටී.වී කැමරා පාලන මැදිරියක් තුළ අධීක්ෂණය කිරීම

විශේෂයෙන් වෙළෙඳ සේවකයන් අඩුවෙන් යොදවා ගන්නා වෙළෙඳ ව්‍යාපාරවලට පැමිණෙන ගනුදෙනුකරුවන් පිළිබඳ ව පරීක්ෂාවෙන් සිටීම සඳහා සංවෘත රූපවාහිනී යොදා ගැනීම බහුල ව සිදු වේ.

බොහෝ රටවල මහා මාර්ගයේ පවා සංවෘත රූපවාහිනී පද්ධති සවි කර ඇත. එසේ ම අධිවේගී මාර්ගවල කටයුතු පරිපාලනය කිරීම සඳහා ද මේවා යොදා ගැනේ. පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. මහ මග සිදු වූ මංකොල්ල කෑමක් පිළිබඳ දර්ශන එම ස්ථානයේ වූ සංවෘත රූපවාහිනී කැමරා මගින් ලබා දුන් දර්ශන අධ්‍යයනය කිරීමෙන් එම සිද්ධියට සම්බන්ධවූවන් හඳුනා ගන්නට පොලිසියට හැකි විය.
2. වෙළෙඳ සල්වලට ගොස් මංකොල්ල කන හා ඉන්ධන පිරවුම්හල්වලින් මුදල් සොරා ගන්නා පුද්ගලයන් අනාවරණය කර ගන්නට සංවෘත රූපවාහිනී දර්ශන යොදා ගෙන ඇත.
3. තම වෙළෙඳසලේ සවි කර ඇති සංවෘත රූපවාහිනී කැමරා මගින් ලබා ගන්නා දර්ශන රාත්‍රි කාලයේ දී සිය නිවසේ සිට නැරඹීමට හැකි වීම නිසා, රාත්‍රි කාලයේ දී වෙළෙඳසලට පිවිසුණු සොරකු අල්ලා ගැනීමට ඒ අවස්ථාවේ දී ම හැකි වි ය.
4 යම් සැක කටයුතු වාහනයක් ගමන් කරන ලද මාර්ගය සොයා ගැනීමට නගරයක විවිධ ගොඩනැගිලිවල ස්ථාපිත කර තිබූ සංවෘත රූපවාහිනී පද්ධති පරීක්ෂා කිරීමෙන් පොලිසියට හැකි විය.
5. තම කර්මාන්තශාලාවේ ඒ ඒ ස්ථානයන්හි සේවකයන් කටයුතු කරන ආකාරය පිළිබඳ ව තම කාර්යාලයේ සිට අධ්‍යයනය කරන්නට සංවෘත රූපවාහිනී පද්ධතියක් යොදා ගැනීමට කර්මාන්තශාලා ප්‍රධානියාට හැකි විය.

- **අන්තර්ජාලය**

මෙය ස්වභාවයෙන් ම තොරතුරු අති විශාල ප්‍රමාණයක් හුවමාරු කරනු ලබන මාධ්‍ය පද්ධතියකි. එය ගෝලීය මට්ටමින් ක්‍රියාත්මක වේ. ලෝකයේ නොයෙක් තැන්වලින් අන්තර්ජාලයට සන්දේශ යොමු කරන අතර, ලෝකයේ හැම තැනක ම සිටින ජනයා ඒවා ගවේෂණය කරනු ලබයි. මේ වන විට අන්තර්ජාලයේ ජනප්‍රිය ම සෙවුම් යන්ත්‍ර බවට පත් වී ඇත්තේ යාහූ හා ගූගල් ය. විවෘත ලෙස පරිහරණය කළ හැකි අන්තර්ජාලයේ ඇති ඕනෑ ම සන්දේශයක් මෙසේ තොරතුරු හුවමාරු ක්‍රියාවලිය යටතේ විවෘත කර ගත හැකි ය.



විවිධ සන්නිවේදන අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා අන්තර්ජාලය විවිධාකාරයෙන් යොදා ගන්නට පුළුවන. එහි දී යොදා ගත හැකි සමාජ මාධ්‍ය ජාල අද වන විට භාවිතයේ පවතී. උදාහරණ වශයෙන් ෆේස් බුක්, ට්විටර්, ලින්ක්ඩ්ඉන් වැනි සමාජ මාධ්‍ය දැක්විය හැකි ය.

වර්තමානය වන විට තොරතුරු හුවමාරුව සඳහා අන්තර්ජාලයේ විවිධ සමාජ මාධ්‍ය ජාල යොදා ගැනීම දවසින් දවස වර්ධනය වෙමින් පවතී. මෙය ලෝක මට්ටමේ තොරතුරු පද්ධතියක් නිසා එයින් ලැබෙන ප්‍රයෝජනය අති මහත් ය.

3.25 රූපය - ජනප්‍රිය සමාජ ජාල

3.4 පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ හා එහි අවශ්‍යතාව

පන්ති කාමරයක් යනු සමූහ සන්නිවේදනය ක්‍රියාත්මක වන ස්ථානයකි. මෙහි දී සන්නිවේදකයා විවිධ නම්වලින් හැඳින්වේ, ගුරු - උපදේශක - කථිකාචාර්ය - ආදි වශයෙනි. පන්ති කාමරයේ දී සාමාන්‍යයෙන් සිදු වන්නේ සන්නිවේදකයා විසින් යම් යම් කාරණා පිළිබඳ ව ග්‍රාහකයන්ට කියා දීමකි. පන්ති කාමරයක සිටින ග්‍රාහකයන් යනු එක ම ආකාරයක අය නො වේ. වයසින් බාල අය මෙන් ම වයසින් වැඩි අය ද සිටින්නට පුළුවන. එසේ ම පාසල්, කාර්මික විද්‍යාල, විශ්වවිද්‍යාල, වෙනත් පුහුණු මධ්‍යස්ථාන, විශේෂිත පුහුණු වැඩසටහන් ආදියේ ද මේ ආකාරයේ පන්ති කාමර තිබේ.

මෙහි දී පොදු වශයෙන් අවබෝධ කර ගත යුත්තේ, පන්ති කාමරය තුළ කෙරෙන ඉගැන්වීම් කටයුතුවල දී ඉදිරිපත් කරන තොරතුරු වඩාත් හොඳින් පැහැදිලි කර ගැනීම සඳහා විවිධ මාධ්‍ය උපකරණ යොදා ගන්නට සිදු වන බවයි. මෙහි අවශ්‍යතාව ඇති වන්නේ ඉගෙන ගන්නන්ට ය.

පන්ති කාමරයක දී බහුල ව සිදු වන්නේ සන්නිවේදකයා විසින් කතා කිරීමත්, ග්‍රාහකයන් විසින් අසා සිටීමත් ය. මෙම අවස්ථාව වඩාත් ඵලදායි කරන්නට නම් සන්නිවේදකයා කතා කරන දෙයට අදාළ ව පෙර සැලසුම් කරන ලද හෝ ඒ අවස්ථාවේ දී සැලසුම් කරනු ලබන විවිධ දේ දකින්නට - අසන්නට - නරඹන්නට - විවිධ මාධ්‍ය උපකරණ යොදා ගන්නට සිදු වේ.

පන්ති කාමරවල සිදු වන ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලියේ දී සංකල්ප රූප මවා ගැනීමට සැලැස්වීම මෙන් ම එයට අදාළ රූප දැකීමට සැලැස්වීමෙන් මතක තබා ගැනීම වැඩි කරගන්නට හැකි වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් සමහර කරුණුවලට අදාළ ව ස්ථාන හෝ අවස්ථා දැකීමට සැලැස්වීම ඉතා ප්‍රයෝජනවත් වේ.

මෙසේ පන්ති කාමරයේ දී යොදා ගත හැකි මාධ්‍ය උපකරණ ප්‍රධාන වශයෙන් වර්ග දෙකක් දක්වන්නට පුළුවන.

1. ප්‍රක්ෂේපණය නොවන පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ හා
2. ප්‍රක්ෂේපණය වන පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ යනුවෙනි. ප්‍රක්ෂේපණය යනු ඉදිරියේ ඇති තිරයකට පතිත වන දර්ශනය විශාල කර පෙන්වීම ය.

පොදුවේ ගත් විට පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණවල අවශ්‍යතාව මෙසේ සංක්ෂිප්ත කර දැක්විය හැකි ය.

1. ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් කාර්යය පහසු කිරීම.
2. ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් කාර්යයෙහි ඵලදායිත්වය ඉහළ නැංවීම.
3. ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලිය වඩාත් උද්‍යෝගිමත් හා ආකර්ෂණීය බවට පත් කිරීම
4. තොරතුරු ග්‍රහණය කර ගැනීමට, තේරුම් ගැනීමට, මතකයේ රඳවා ගැනීමට ග්‍රාහකයන්ට පහසු වීම
5. ඉදිරිපත් කරනු ලබන තොරතුරුවලට අදාළ ව විවිධ මාධ්‍ය ස්වරූප මගින් පෙර සැකසුම් කරන ලද හා ඒ අවස්ථාවේ දී සැකසුම් කරනු ලබන ඡායාරූප, රූප සටහන්, චලන දර්ශන ආදිය ඉදිරිපත් කළ හැකි වීම
6. ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් පරිසරය ප්‍රියජනක බවට පත් වීම.

1). ප්‍රක්ෂේපණය නොවන පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ හා ඒවා භාවිතය

● කළුලෑල්ල



3.26 රූපය - කළුලෑල්ල

ඉතා දිගු කාලයක් ජනප්‍රිය ව පැවතියේ ලී රාමුවක රඳවන ලද, ලීවලින් සාදන ලද කළුලෑල්ලයි. පසු කාලයේ දී මෙය සිමෙන්ති යොදා පන්ති කාමරයේ ඉදිරිපස බිත්තියේ සාදන ලද කළුලෑල්ලක් බවට පත් විය. මතු පිට සුමට කරන ලද මෙහි කළු පැහැය ගැනීමට අද තීන්ත වර්ග භාවිත කරනු ලැබේ. ආදි කාලයේ දී මේ සඳහා යොදා ගන්නා ලද්දේ එඬරු කිරි හා පහන් දැලි මිශ්‍රණයකි. මේ මතුපිට ලිවීම සඳහා හුනු කූරු යොදා ගනු ලැබේ. ඒවා විවිධ වර්ණයෙන් යුක්ත ය. සාමාන්‍ය හුනු කූරුවලින් ලියන විට ඒවායේ කුඩු පැතිරෙන නිසා ලියන්නාගේ ඇස්වලට අහිතකර ය. එබැවින් කුඩු නොපැතිරෙන හුනු කූරු යොදා ගැනීම යෝග්‍ය ය.

ලී රාමුවේ තබා ඇති කළුලෑල්ල අවශ්‍ය ආකාරයට එහා මෙහා කළ හැකි ය. බිත්තියේ සකස් කර ඇති කළුලෑල්ල ස්ථාවර ය. කළුලෑල්ල තිබිය යුත්තේ පන්තියේ සියල්ලන්ට දැකිය හැකි වන ආකාරයෙනි.

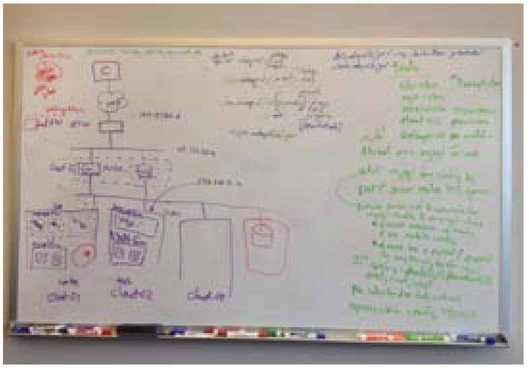
කළුලෑල්ලක් සාදා ගැනීමට යන්නේ ඉතා අඩු පිරිවැයකි. බිත්තිය මත සකසන ලද කළුලෑල්ල භාවිතයට පහසු ය. එසේ ම ලී රාමු කළුලෑල්ලට වඩා ආරක්ෂිත ය. එනම් සමහර විට විවෘත පන්ති කාමරයක දී තද සුළඟක් නිසා වුවත් ලී රාමු කළුලෑල්ලක් ඇද වැටෙන්නට පුළුවන.

කළුලෑල්ල පරිහරණය කිරීමේ දී පහත කරුණු සැලකිල්ලට ගත යුතු ය.

1. පන්තියේ කටයුතු ආරම්භ කිරීමට පෙර ලෑල්ල හිස් ව තිබිය යුතු ය.
2. ලෑල්ල සමස්ත පන්තියට ම දර්ශනය විය යුතු ය.
3. ලිවීමේ දී ලියන දේ ආවරණය කරගෙන නොලිවිය යුතු ය.
4. ලෑල්ලේ වමේ සිට දකුණු දෙසට ලිවීම කළ යුතු ය.
5. කළුලෑල්ලේ යමක් දැක්වීමේ දී පන්තියේ පසු පස පේළියට ද හොඳින් දර්ශනය වන පරිදි ලිවිය යුතු ය.
6. වචන හා පේළි අතර වැඩි පරතරයක් තැබිය යුතු ය.
7. විටින් විට කළුලෑල්ලට ලියන, එක් කරන විවිධ දේ සමස්තයක් වශයෙන් නිර්මාණශීලී ව ගොනු කළ යුතු ය.
8. සැලැස්මක් ඇති ව වර්ණ භාවිත කළ යුතු ය.
9. පෙර සැලසුම් කරන ලද රූප සටහන්, ඡායාරූප ආදිය වුව ද කළුලෑල්ලේ රඳවා ඒවා ඉගැන්වීමේ කටයුතු සඳහා යොදා ගත හැකි ය.
10. පහළ ශ්‍රේණිවල දරුවන්ට අදාළ ඉගැන්වීම් කාර්යයක දී ලෑල්ලේ ඉරි ගසා ඒ අනුව ලිවීම කළ යුතු ය.
11. ලෑල්ලේ ලිවීම ආරම්භ කිරීමට පෙර එහි ඉහළ දකුණු කෙළවරේ දිනය සඳහන් කළ යුතු ය.
12. ගුරුභවතා පන්තියෙන් බැහැර වන විට තමන් විසින් කළුලෑල්ලේ ලියූ සියලු දේ (විශේෂ හේතුවක් නොමැති නම්) මකා දැමිය යුතු ය.

• සුදු ලෑල්ල

මෙය ද කළුලෑල්ලේ මූලික ලක්ෂණවලට සමාන වේ. ප්‍රධාන ම වෙනස වන්නේ මතු පිට සුදු පැහැති වීමත්, මතුපිට මටසිලුටු තහඩුවක් යොදා ගෙන ලෑල්ල සකස් කර තිබීමත් ය. මේ නිසා සුදු ලෑල්ලේ ලියන්නට සිදු වන්නේ ඒ සඳහා ම සකස් කරන ලද තීන්ත සහිත පෑන්වලිනි. විවිධ වර්ණ තීන්ත මෙහි දී යොදා ගත හැකි ය. සුදු පැහැති පසු බිම නිසා එහි ලියන හෝ අඳින දේ වඩාත් ආකර්ෂණීය වේ. රාමුවේ රඳවන ලද සුදු ලෑල්ල ද, බිත්තියේ සවි කරන ලද සුදු ලෑල්ල ද පන්ති කාමරවල දී යොදා ගත හැකි ය. රාමුවේ රඳවන ලද සුදු ලෑල්ල ඒ ඒ තැන්වල ගෙන යා හැකි නිසා වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් ය.



3.27 රූපය - සුදු ලෑල්ල

(කළුලෑල්ල භාවිත කිරීමේ දී සැලකිය යුතු කරුණු මෙයට ද අදාළ වේ.)

• කාන්දම් ලෑල්ල (චුම්බක පුවරුව)

මෙය ද සුදු ලෑල්ලක් වුවත් වෙනසකට ඇත්තේ එහි මතුපිට කාන්දම් ගතියක් පැවතීමයි. සුදු ලෑල්ලක් ලෙස පෙනී ගියත්, එහි ඇති කාන්දම් ගතිය නිසා එයට වැඩි ප්‍රයෝජනයක් ගත හැකි ය. කාන්දම් ලෑල්ල සමග පාවිච්චි කළ හැකි කාන්දම් සහිත මෙවලම් (කාන්දම් කැට, කාන්දම් පතුරු ආදිය) පොත්හල්වලින් ලබා ගත හැකි ය.



3.28 රූපය - චුම්බක පුවරුව

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ඡායාරූපයක් ලෑල්ලේ රැඳවීම
2. සිසුන්ගේ නිර්මාණයක් ලෑල්ලේ රැඳවීම
3. විවිධ හැඩතල ලෑල්ල මත ගොඩනැංවීම
4. විවිධ රූප ලෑල්ල මත ගොඩනැංවීම

මෙවැනි කාර්යයන්හි දී කාන්දම් ලෑල්ලෙන් ලබා ගත හැකි ප්‍රයෝජනය කළුලෑල්ලෙන් හෝ සුදු ලෑල්ලෙන් ලැබෙන ප්‍රයෝජනයට වඩා ඉදිරියෙන් සිටී. මෙහි දී වැදගත් ම කාරණය නම් කාන්දම් ලෑල්ලෙන් යමක් ඉදිරිපත් කිරීමට අවශ්‍ය දේ පෙර සූදානම් කර ගෙන පැමිණීම අත්‍යවශ්‍ය වීමයි.

(කළුලෑල්ල භාවිත කිරීමේ දී සැලකිය යුතු කරුණු මෙයට ද අදාළ වේ.)

● පත්‍රිකා ලෑල්ල



3.29 රූපය - පත්‍රිකා ලෑල්ල

මෙහි අරමුණ නම් ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලියට අයත් විවිධ පත්‍රිකා පන්තිය ඉදිරියේ අවශ්‍ය පරිදි ප්‍රදර්ශනය කිරීමයි. ඒවා ගුරුභවතා විසින් පෙර සූදානම් කර ගෙන පැමිණි පත්‍රිකා හෝ සිසුන් විසින් ගෙන එන ලද හෝ පන්ති කාමරය තුළ දී සකස් කරන ලද පත්‍රිකා හෝ විය හැකි ය.

උදාහරණයක් වශයෙන් ගුරුභවතා විසින් ගුවන්විදුලි යන්ත්‍ර ගැන උගන්වනවා යැයි සිතන්න. එවිට විවිධ හැඩයේ ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රවල ඡායාරූප ඇතුළත් පත්‍රිකා ඒ අවස්ථාවේ දී ප්‍රදර්ශනය කළ හැකි නම් එය වඩාත් ආකර්ෂණීය හා ඵලදායක වේ. ඒ සඳහා ඒ අවස්ථාවේ දී පාවිච්චි කරමින් සිටින කළුලෑල්ල, සුදු ලෑල්ල හෝ කාන්දම් ලෑල්ල හෝ යොදා ගන්නවාට වඩා පත්‍රිකා ලෑල්ලක් යොදා ගැනීම වඩාත් ප්‍රයෝජනවත් ය. ඒ නිසා පත්‍රිකා ලෑල්ලක් යනු ලියන ලෑල්ලකට අතිරේක ව පන්ති කාමරය ඉදිරියේ තබා ගත යුතු මාධ්‍ය උපකරණයකි.

පත්‍රිකා ලෑල්ල කිහිප ආකාරයකින් සාදා තිබෙන්නට පුළුවන. එය සාමාන්‍යයෙන් බුරුල් වූ මතුපිටකින් සමන්විත ය. එයට හේතුව පත්‍රිකා හෝ පෝස්ටර් හෝ රැඳවීමට යොදන කුඩා ඇණ එම බුරුල් මතුපිට සවි කිරීම පහසු වන නිසා ය. මෙම ඇණ මතුපිට රැඳවිය හැකි වුවත්, එයින් මතුපිටට හානියක් සිදු නොවේ. මේ සඳහා ම නිපදවා ඇති ආරක්ෂිත ඇණ පොත්හල්වලින් ලබා ගත හැකි ය.

● පිටු පෙරළන ලෑල්ල



3.30 රූපය - පිටු පෙරලනය

පන්ති කාමරයේ දී කළුලෑල්ල/සුදු ලෑල්ල/ කාන්දම් ලෑල්ල භාවිත කරන අතර ම පිටු පෙරළන ලෑල්ල යොදා ගනිමින් තොරතුරු ඉදිරිපත් කරන්නට ගුරුභවතාට හැකි වේ. පිටු පෙරළනය යනු ඒ සඳහා ම සකස් කර ඇති රාමුවකි. මෙය ලී හෝ ඇලුමිනියම්වලින් සකස් කර තිබෙන්නට පුළුවන. එහි මතුපිට රාමුවේ ප්‍රමාණය වන්නේ පෝස්ටර් කඩදාසියක් දික් අතට එල්ලූ විට ඇති දිග පළලයි. එවැනි පෝස්ටර් කඩදාසි වැඩි ගණනක් උඩ කෙළවරෙන් එක් කොට එය රාමුවේ උඩ ඇති උගුලෙහි රඳවනු ලැබේ. එවිට එය පිටුවෙන් පිටුව පිටු පසට පෙරළිය හැකි ය. පෙරළන පිටුව රාමුවේ පිටුපසට වැටෙන අතර, ඊළඟ පිටුව ප්‍රදර්ශනය වේ. මේ ආකාරයෙන් යම් පාඩමකට අදාළ ව පෙර සකසන ලද පිටු පෙරළන ගොනුවක් පිළිවෙළින් පෙරළන්නට පිටු පෙරළන උපකරණය යොදා ගත හැකි ය. මෙම උපකරණයක් වෙළෙඳ පොළෙන් මිල දී ගත හැකි වුවත්, එයට වඩා අඩු පිරිවැයකින් පාසලේ දී වුව ද සාදා ගත හැකි ය.

2). ප්‍රක්ෂේපණය වන පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ හා ඒවා භාවිතය

● ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය

ඕවර්හෙඩ් ප්‍රොජෙක්ටර් යන්ත්‍ර හෝ ඕ.එච්.පී. (උරහිස් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය) යනුවෙන් ද මෙයට ම භාවිත නම් කිහිපයකි. මෙය කුඩා පෙට්ටියක් බඳු ය. එහි ඇතුළත අධි බලැති විදුලි බුබුලක් සහිත ය. එම විදුලි බුබුළේ ආලෝකය එම පෙට්ටියේ මුදුනත විනිවිද පෙනෙන පුවරුව වෙත පතිත වේ. මෙම විනිවිද පෙනෙන පුවරුව කාචයකි. ඒ මත තබා ඇති විනිවිද පත්‍රයක ඇති සටහන හරහා මෙම අධි බලැති ආලෝකය ගමන් කරයි. එම ආලෝකය කාචය හරහා ලබා ගන්නේ එයට සෙන්ටිමීටර හතළිහක් පමණ ඉහළින් ඇති කුඩා කාචයකි. ඒ අනුව විනිවිදක පත්‍රයේ ඇති රූප, අකුරු හෝ කුමන හෝ හැඩතලයක් කුඩා කාචය ලබා ගනී. එයට කැඩපතක් යා කර ඇත. ඒ නිසා කුඩා කාචය ලබා ගන්නා ආලෝක කදම්බය කැඩපත මගින් ඉදිරියට ප්‍රක්ෂේපණය කරයි. යන්ත්‍රයට මීටර පහක් පමණ ඈතින් ඇති විශාල තිරයකට මෙම ආලෝක කදම්බය එල්ල වේ. ඒ නිසා කුඩා කාචය විසින් ලබා ගෙන ඇති සියලු රූප විශාල තිරයේ නැවත රූපණය වේ.



3.31 - රූපය
ඕවර්හෙඩ් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය

මේ ආකාරයෙන් පෙර සැකසුම් කරන ලද විනිවිදක පත්‍රිකා ප්‍රක්ෂේපණය මගින් ගුරුභවතකුට තමන්ගේ ඉගැන්වීමට අදාළ විවිධ සටහන්, කරුණු, රූප ආදිය ඉතා පහසුවෙන් සියලු ග්‍රාහකයන්ට වඩාත් පහසුවෙන් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

විනිවිදක පත්‍ර A 4 ප්‍රමාණයෙන් සකස් කර ඇත. විනිවිදක පත්‍ර සකස් කිරීම සඳහා ක්‍රම කිහිපයක් අනුගමනය කළ හැකි ය.

1. විනිවිදක පත්‍රවල ලිවීම සඳහා නිපදවා ඇති පෑන් පාවිච්චි කිරීමෙන් විනිවිදක පත්‍ර මත ලිවීම හෝ ඇඳීම කළ හැකි ය. මෙම පෑන් ස්ථිර තීන්ත හෝ තාවකාලික තීන්ත හෝ සහිත ය. දිගු කල් පාවිච්චිය සඳහා විනිවිදක පත්‍ර සකස් කරනු ලබන විටක ස්ථිර තීන්ත යොදා ගැනීම යෝග්‍ය ය. ඒවා ද අවශ්‍ය නම් තිනර් යොදා මැකිය හැකි ය. තාවකාලික අවශ්‍යතාවක් සඳහා නම් තාවකාලික තීන්ත යොදා ගත හැකිය. ඒවා පිස දැමීමෙන් මැකී යයි.
2. යම් ලේඛනයක්, සටහනක්, ඡායාරූපයක්, සැලැස්මක් ආදිය මුලින් අතින් හෝ පරිගණකය මගින් හෝ සකස් කර ගෙන, එහි ඡායා පිටපතක් විනිවිදක පත්‍රයකට කෙලින්ම ලබා ගත හැකි ය. අවශ්‍ය නම් එම ඡායා පිටපත ලබා ගැනීමෙන් පසු එය ස්ථාවර තීන්ත යොදා වර්ණ ගැන්විය හැකි ය. ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය ඉදිරියෙන් තිරයක් තිබිය යුතු ය. එසේත් නැතිනම් සුදු පැහැති බිත්තියක් හෝ තිබිය යුතු ය. තිරය හා යන්ත්‍රය අතර දුර වෙනස් කිරීමෙන් එහි රාමුව සකස් කර ගත හැකි ය. එසේ ම යන්ත්‍රයේ ඇති කාචය කරකැවීමෙන් දර්ශනයේ පැහැදිලි බව ලබා ගත හැකි ය.

ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණය සඳහා විදුලි බලය අවශ්‍ය ය. යන්ත්‍රයේ අධි බලැති විදුලි බුබුලට ජීවිත කාලයක් තිබෙන බැවින් එය අනවශ්‍ය ලෙස දල්වා නො තැබිය යුතු ය. එසේ ම මෙම විදුලි බුබුල දැල්වීමෙන් පසු එය අධික ලෙස රත් වේ. මෙම රත් වීම පාලනය කරනු ලබන්නේ යන්ත්‍රයේ ඇති කුඩා විදුලි පංකාවකිනි. යන්ත්‍රයට විදුලිය සම්බන්ධ කළ විට මෙම විදුලි පංකාව ක්‍රියාත්මක වන්නට පටන් ගනී. ඒ නිසා විදුලි බුබුලේ ආලෝකය නිවා දැමූ වහා ම යන්ත්‍රයට සපයා ඇති විදුලිය විසන්ධි නොකළ යුතු ය. ඒ සඳහා විනාඩි පහක් පමණ කාලයක් ගත කිරීම යෝග්‍ය ය. එසේ නොවුවහොත් විදුලි බුබුල පිළිස්සී යයි.

ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය සඳහා යොදා ගන්නා විනිවිදක පත්‍ර කට්ටලයක් සකස් කර තබා ගැනීමෙන් එය නැවත නැවත ප්‍රයෝජනයට ගත හැකි ය. විශේෂ අවස්ථාවන් සඳහා විශේෂයෙන් විනිවිදක පත්‍ර සකස් කර ගත හැකි ය. උදාහරණයක් වශයෙන් පාසල් මාධ්‍ය දිනය වැඩසටහන පිළිබඳ ව සිසුන් දැනුවත් කිරීමේ රැස්වීමක දී එම වැඩසටහන පිළිබඳ විස්තර විනිවිදක පත්‍රයක සටහන් කර ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණය යන්ත්‍රය සහිත මාධ්‍යාගාරයක් පවත්වා ගෙන යාම හෝ අවශ්‍ය වෙනත් පන්ති කාමරයකට අවශ්‍ය විටක එම යන්ත්‍රය ගෙන යාම හෝ කළ හැකි ය. කෙසේ වුව ද මෙහි දී අවධානය යොමු විය යුත්තේ මෙම යන්ත්‍රයෙන් ලැබෙන දර්ශන පැහැදිලි වීමට නම් තිරයට අඳුරක් තිබිය යුතු බවයි.

- **කදා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය**

ස්ලයිඩ් ප්‍රක්ෂේපණය යන්ත්‍රය යනුවෙන් ද මෙය හැඳින්වේ. විදුලිය යොදා ගැනීම ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය පරිදි ය. මෙයට යොදා ගන්නේ විනිවිදක පත්‍ර නොව විනිවිදක රූප රාමු ය. එය සෙ.මී. 55 ප්‍රමාණයෙන් යුක්ත ය. යාන්ත්‍රික කැමරාවක් මගින් මෙම විනිවිදක රූප රාමු සැකසිය හැකි ය. යන්ත්‍රයේ ඇති රඳවනයේ ඒවා නිසි පරිදි රැඳවිය යුතු ය.


3.32 රූපය - **ස්ලයිඩ් ප්‍රක්ෂේපණය යන්ත්‍රය**

මෙම යන්ත්‍රය තුළ ද අධි බලැති විදුලි බුබුලක් ඇත. විදුලි බුබුල හා කාචය අතර විනිවිදක රූප රාමුව රැඳ වේ. විදුලි බුබුලේ ආලෝකය රූප රාමුවට ලැබුණු පසු එහි සටහන කාචය ලබා ගෙන ඉදිරියට ප්‍රක්ෂේපණය කරයි. එවිට එය ඉදිරියේ ඇති තිරය මත පතිත වේ. සාමාන්‍යයෙන් රූප රාමු වර්ණයෙන් තිබෙන නිසා වර්ණ දර්ශන මේ මගින් ලබා ගත හැකි ය.

රාමු මාරු කිරීම අතින් කළ හැකි ය. සමහර යන්ත්‍රවල මේ සඳහා ස්වයංක්‍රීය ක්‍රම සලසා ඇත. ඒ අනුව තත්පර කිහිපයකට එකක් බැගින් වන සේ රාමු මාරු කළ හැකි ය. මෙසේ වූ විට මෙම රූප රාමු මාරු වීම සමග සම්බන්ධ කරමින් හඬ පටයක් වාදනය කළ හැකි ය. එවිට මෙම රාමු දර්ශනය සජීවී බවට පත් වේ. දර්ශන චලනය නොවෙතත්, දර්ශන වෙනස් වේ. ඒ නිසා ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් වැඩසටහනක දී විනිවිදක රූප රාමු ඉතා ආකර්ෂණීය ලෙසත්, ප්‍රයෝජනවත් ලෙසත් යොදා ගත හැකිය.

ප්‍රතිශීර්ෂ හෝ කදා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර හෝ මගින් ඉදිරිපත් කරනුයේ පෙර සකස් කර ගන්නා ලද පත්‍රිකා හෝ රූප රාමු ය.

- ## ක්ෂණික ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය

කථිකයා ගෙනැවිත් ඇති පොතක පිටුවක් හෝ ඡායාරූපයක් හෝ ඒ අවස්ථාවේ දී විශාලනය කර පෙන්වන්නට අවශ්‍ය වුවහොත් යොදා ගත හැක්කේ ක්ෂණික ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රයයි.

මෙහි දී සිදු වන්නේ කැමරා ක්‍රියාවලියකි. යන්ත්‍රයේ කැමරාව යටින් තබන එවැනි රූපයක් ලබා ගන්නා කැමරා කාචය විසින් එය ඉදිරියට ප්‍රක්ෂේපණය කරනු ලබයි. ප්‍රයෝගිකභාවය අතින් බැලු විට මෙය ඉගෙනුම් - ඉගැන්වීම් ක්‍රියාවලියක දී යොදා ගත හැකි ඉතා ප්‍රයෝජනවත් පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණයකි. විශේෂයෙන් උසස් අධ්‍යාපන ආයතනවල භාවිතයට ගැනේ.

- ## බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය



3.33 රූපය - මල්ටිමීඩියා

පරිගණකය බහුමාධ්‍ය උපකරණයකි. එහි තිරය මගින් ලේඛන, හඬ, චලන රූප, වීඩියෝ, සිනමා, සජීවීකරණ දර්ශන ආදි කුමක් වුවත් නැරඹිය හැකි ය. පන්ති කාමරයක දී මෙම පරිගණකයේ තිරය ප්‍රමාණවත් නොවේ. එබැවින් එම තිරය පන්ති කාමරය ඉදිරියේ ඇති විශාල තිරයකට ප්‍රක්ෂේපණය කිරීම සඳහා බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය යොදා ගැනේ.

වර්තමානයේ දී බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර සහිත ව සකස් කර ඇති පන්ති කාමර ද තිබේ. යන්ත්‍රය රඳවා ඇත්තේ ඉහළිනි. දුරස්ථ පාලකයක් මගින් එය ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය. එසේ නැතිනම් පන්ති කාමරයේ ඉදිරියේ ඇති මේසයක හෝ බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍ර රඳවනයක එය තැබිය හැකි ය. ඉදිරියෙන් තිරයක් තිබිය යුතු ය. එසේම ශබ්දය පැතිරීම සඳහා ශබ්ද විකාශන පහසුකම් ද තිබිය යුතු ය. පරිගණකය හැසිරවීම සඳහා යොදා ගන්නා දුරස්ථ පාලකයක් මගින් ප්‍රක්ෂේපණය හැසිරවිය හැකි ය.

මේ මගින් ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණය හා කදා ප්‍රක්ෂේපණය ද සිනමා ප්‍රක්ෂේපණය හා වීඩියෝ ප්‍රක්ෂේපණය ද සිදු වේ. එබැවින් මෙය පන්ති කාමරයක් සඳහා ඉතා සජීවී හා ආකර්ෂණීය මෙන් ම ඉතා ප්‍රතිඵලදායි උපකරණයකි.

❒ අන්තර්ක්‍රියාකාරී පුවරුව

වැඩි දියුණු කළ බහු මාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රයක් භාවිත කර එය අදාළ සුවිශේෂී මෘදුකාංගය පරිගණකයේ ස්ථාපනය (install) කිරීමෙන් අන්තර් ක්‍රියාකාරී පුවරුව ලබා ගත හැකි ය. මෙම පුවරුව ඇඟිල්ලෙන් ස්පර්ශ කිරීමෙන් පරිගණකයේ මූසිකය ක්‍රියාත්මක කරවන ආකාරයට භාවිත කළ හැකිය. එය ඇඟිල්ලෙන් ස්පර්ශ කිරීමෙන් පරිගණක වැඩසටහන ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය.


3.34 රූපය - අන්තර් ක්‍රියා පුවරුව

මෙහි දී මවුසයක පොයින්ටරයේ කාර්යය ඇඟිල්ලෙන් කළ හැකි ය. මේ නිසා පන්ති කාමරයක දේශනයක් පවත්වන දේශකයෙකුට මවුසයක් හෝ දුරස්ථ පාලකයක් හෝ නොමැති ව තම ඇඟිල්ල පාවිච්චි කිරීමෙන් පරිගණක තිරය පන්ති කාමරය ඉදිරියේ ප්‍රදර්ශනය කළ හැකි ය. එහෙත් පරිගණක යතුරු පුවරුව යොදා ගනිමින් අකුරු යෝජනය කරන්නට මෙම පුවරුව යොදා ගත නො හැකි ය.

පන්ති කාමර මාධ්‍ය උපකරණ අතරින් වඩාත් ම දියුණු තත්ත්වයේ පවතින මාධ්‍ය උපකරණය ලෙස මෙම අන්තර් ක්‍රියාකාරී පරිගණක පුවරුව දැක්විය හැකි ය. මෙය මිලෙන් අධික නිසා සාමාන්‍ය පන්ති කාමරවල සුලභ ව භාවිතයට නො ගැනේ. මාධ්‍ය උපකරණවල සාරාංශය මෙලෙස දැක්විය හැකිය.

ප්‍රක්ෂේපණය කළ නොහැකි මාධ්‍ය උපකරණ	ප්‍රක්ෂේපණය කළ හැකි මාධ්‍ය උපකරණ
(1) කළුලෑල්ල	(1) ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය
(2) සුදු ලෑල්ල	(2) කදා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය
(3) කාන්දම් ලෑල්ල	(3) ක්ෂණික ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය
(4) පත්‍රිකා ලෑල්ල	(4) බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය හා
(5) පිටු පෙරළනය	(5) අන්තර් ක්‍රියාකාරී පුවරුව

3.1 වගුව

අභ්‍යාස

ඒකල

1. අත් පිටපත සැකසීම, අකුරුයෝජනය හා පිටු සැලසුම් කිරීම, මුද්‍රණය හා පිටපත්කරණය සහ නිමි කටයුතුවලට අදාළ විවිධ යන්ත්‍ර හා උපකරණ ද, ඒවායේ ක්‍රියාකාරිත්වය ද අධ්‍යයනය කර වාර්තාවක් සකස් කරන්න.

2. දින මුද්‍රා යන්ත්‍රය, නිල මුද්‍රාව, ගණක යන්ත්‍රය, පරිගණකය, ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රය, මුදල් සටහන් යන්ත්‍රය, තැපැල් මුද්‍රා යන්ත්‍රය හා මුදල් ගණින යන්ත්‍රය පිළිබඳ කෙටි සටහන් ලියන්න.

3. වැඩිහිටියන් පස් දෙනෙක් සමග සාකච්ඡා කර ඔවුන් තොරතුරු හුවමාරු කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා උපකරණ පිළිබඳ ව ඔවුන් පවසන දේ ඇතුළත් වාර්තාවක් සකස් කරන්න.

4. ඔබේ පාසලේ පන්ති කාමරවල ඇති විවිධ මාධ්‍ය උපකරණ පිළිබඳ ව අධ්‍යයනයක් කරන්න. ඒවා ඔබගේ ඉගෙන ගැනීමේ කාර්යය සාර්ථක කරගැනීම සඳහා කොතරම් ප්‍රයෝජනවත් වන්නේදැයි ඔබේ මතය පිටු දෙකකින් දක්වන්න.

සමූහ

1. පරිගණක ආශ්‍රිත ප්‍රකාශන ක්‍රියාවලියේ පියවර විස්තර කෙරෙන පොත් පිංචක් නිර්මාණය කරන්න.
2. ප්‍රදේශයේ ඇති මහා පරිමාණයේ වෙළෙඳ සැලකට ගොස්, එහි මුදල් අයකැමි විසින් මුදල් සටහන් යන්ත්‍රය භාවිත කරන ආකාරය අධ්‍යයනය කරන්න. එම කාර්යයෙහි විශේෂතා දැක්වෙන පරිදි පෝස්ටරයක් නිර්මාණය කරන්න.
3. තැපැල් කාර්යාලයක හෝ සන්නිවේදන ව්‍යාපාර ස්ථානයක හෝ ඇති මහජන ඇමතුම් දුරකථනය හා ෆැක්ස් යන්ත්‍රය මහජනයා විසින් භාවිතයට ගන්නා ආකාරය අධ්‍යයනය කරන්න. ඒ පිළිබඳ තොරතුරු රැස් කරන්න. එම විස්තර හා ඡායාරූප ඇතුළත් වන පරිදි පෝස්ටරයක් නිර්මාණය කරන්න.
4. කළුලෑල්ල, සුදු ලෑල්ල, කාන්දම් ලෑල්ල, පත්‍රිකා ලෑල්ල, පිටු පෙරළන ලෑල්ල, ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය, කදා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය, ක්ෂණික ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය, බහුමාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය හා අන්තර් ක්‍රියාකාරී පුවරුව පිළිබඳ රූපමය තොරතුරු අන්තර්ජාලයෙන් බා ගත කරන්න. එක් එක් උපකරණය පිළිබඳ කෙටි විස්තරයක් ඇතුළත් වන පරිදි පවර්පොයින්ට් ඉදිරිපත් කිරීමක් සකස් කර එය පන්තියේ අනෙක් අයට ද අධ්‍යයනය කරන්නට අවස්ථාව සලසා දෙන්න. ඒ පිළිබඳ ප්‍රතිචාර ලබා ගන්න.



04 ජන මාධ්‍ය ආයතනික අධ්‍යයනය



අභිමතාර්ථ

ජන මාධ්‍ය සමග මහජනයා සම්බන්ධ වන්නේ, එම මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමෙනි. මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වයේ අන්තර්ගතය හා විලාසය තීරණය කරනු ලබන ආයතනික සංවිධානය හෝ එහි හිමිකරුවන් හෝ සමග මහජනයාට ගනුදෙනුවක් නැත. එම ගනුදෙනුව සිදු වන්නේ මාධ්‍ය හිමිකරුවන් හා මාධ්‍යවේදීන් අතර ය. ජන මාධ්‍ය ආයතනයක හිමිකම හා සංවිධානය එහි මාධ්‍යවේදීන්ට බලපාන්නේ නම්, එහි තේරුම අවසානයේ දී එය ග්‍රාහකයන් වූ මහජනතාවට බලපාන බව ය. රජය ද ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකරුවකු වන අතර ම, රටේ ප්‍රතිපත්ති සම්පාදකයා ද වේ. ඒ නිසා රජය හා ජන මාධ්‍ය අතර ද ගනුදෙනුවක් තිබේ.

ජන මාධ්‍ය ආයතන අධ්‍යයනය කිරීමෙන් එම ආයතනවල මාධ්‍ය කටයුතු වඩාත් හොඳින් විශ්ලේෂණය කරන්නට හැකි වේ. ඒ අනුව ශ්‍රී ලංකාවේ ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකමේ ස්වභාවය ගවේෂණය කිරීමෙන්, එය මාධ්‍ය සංස්කෘතිය තුළ නිරූපණය වන ආකාරය යථාර්ථවාදී ලෙස ප්‍රකාශ කිරීමේ හැකියාව අත්පත් කර ගත හැකි වේ.

4. ජන මාධ්‍ය ආයතන අධ්‍යයනය

4.1 ශ්‍රී ලංකාවේ ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම හා ක්‍රියාකාරිත්වය

මහජනයා පුවත්පත් කියවති. ගුවන්විදුලියට සවන් දෙති. රූපවාහිනී වැඩසටහන් නරඹති. ඒ ඒ පුවත්පත්වල හෝ ඒ ඒ ගුවන්විදුලි සේවාවන්ගේ හෝ ඒ ඒ රූපවාහිනී සේවාවන්ගේ හෝ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්ති හෝ දර්ශනය හෝ පිළිබඳ ව සාමාන්‍ය ජනයා තුළ පවා හැඟීමක් ඇත. විශේෂයෙන් ඒ ඒ පුවත්පත්වල, ගුවන්විදුලි නාලිකාවල හෝ රූපවාහිනී නාලිකාවල හෝ ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් අර්ථ කථනය කරන්නට ඔවුහු පෙලඹෙති. ඒ පිළිබඳ ව ඔවුන් තුළ ඇති විශ්වාසය ද අසමාන ය. මෙයට හේතු වී ඇත්තේ ඒ ඒ ජන මාධ්‍යයේ හිමිකම හා එහි ක්‍රියාකාරිත්වය අතර ඇති සම්බන්ධය බව ද ඔවුහු ප්‍රකාශ කරති. තමන් ජන මාධ්‍ය පරිහරණය කරන්නේ කෙසේ දැයි තීරණය කරන්නේ මේ විශ්ලේෂණාත්මක දැනුම පාදක කර ගනිමිනි. එයින් වැටහෙන්නේ ජන මාධ්‍ය සන්දේශ අර්ථ කථනය කර ගැනීම සඳහා ඒ ඒ ජන මාධ්‍යයේ හිමිකම පිළිබඳ ව ඇති අවබෝධය ද වැදගත් වන බව ය.

රාජ්‍ය හා පෞද්ගලික මාධ්‍ය හිමිකම

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම පුවත්පත වූ ' කලම්බු ජර්නල් ' නම් වූ ඉංග්‍රීසි පුවත්පත 1832 දී ප්‍රකාශයට පත් වූ අතර, ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලිය ආරම්භ වන්නේ 1924 දී ය. 1979 දී ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රථම රූපවාහිනී සේවාව වූ ' ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවය ' ආරම්භ විය.

පුවත්පත්

- **කර්තෘ හිමි පුවත්පත්**

පෞද්ගලික ව තමන් විසින් ම සංස්කරණය කරමින්, තමන්ගේ අයිතිය යටතේ ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද පුවත්පත් මේ ගණයට අයත් වේ. ජී.ඩී.පැලිස් අප්පුහාමි මහතා විසින් සංස්කරණය කර 1871 දී ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද **කවට කතිකයා** ද, 1841 දී යාපනයේ දී ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද හෙන්ඩ්‍රි මාටින් හා සෙයිපෙයිෂන් විසින් සංස්කරණය කරන ලද **උදය තාරකෛ** පුවත්පත ද, 1874 දී ප්‍රකාශිත ජී.ඇක්ලන්ඩ් හා ඊ.ඩාර්ලි යන දෙදෙනා විසින් සංස්කරණය කරන ලද **ඔබ්සවර් හා කොමර්ෂල් ඇඩ්වර්ටයිසර්** යන පුවත්පත ද කර්තෘගේ පෞද්ගලික හිමිකාරත්වයට අයත් වේ. 1909 දී **දිනමිණ** පුවත්පත බිහි වන්නේ එච්.එස්.පෙරේරා නමැති කර්තෘගේ පෞද්ගලික හිමිකාරත්වය යටතේ ය.



4.1 රූපය - කලම්බු ජර්නල් පුවත්පත

● මහජන සංවිධාන හිමි පුවත්පත්

ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් ඉතිහාසය තුළ මහජන සංවිධාන මගින් පුවත්පත් නිකුත් කිරීම කෙරෙහි අවධානය යොමු වන්නේ, එවකට පැවති බ්‍රිතාන්‍ය යටත් විජිත පාලන ක්‍රමයේ සාමාජීය ප්‍රතිඵලයක් වශයෙනි. ශ්‍රී ලංකාවේ පළමුවන සිංහල මාධ්‍ය පුවත්පත වූ **ලංකාලෝකය** 1860 දී මුද්‍රණය කරන ලද්දේ, පූජ්‍ය බුලත්ගම ධම්මාලංකාර හිමියන් විසින් ආරම්භ කරන ලද ලංකාලෝක මුද්‍රණාලයේ දී ය. මේ පුවත්පත පළමුවන සිංහල මාධ්‍ය පුවත්පත වුවත් එය ලියාපදිංචි නො කළ එකකි.

ලියාපදිංචි කරන ලද පළමුවන සිංහල මාධ්‍ය පුවත්පත ලෙස සැලකෙන **ලක්මිණි පහන** පුවත්පත 1862 දී සංස්කරණය කර ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද්දේ කොග්ගල පඬිතුමා විසිනි. එයට ප්‍රභූන් කිහිප දෙනෙකු ගේ ද බෞද්ධ ස්වාමීන් වහන්සේ ලා ගේ ද සහය ලැබිණි. පුවත්පත් මහජන සංවිධාන මගින් පළ කිරීම ආරම්භ වන්නේ ආගමික, ශාස්ත්‍රීය හා දේශාභිමානී පසුබිම මත ය. කතෝලික ආගම ප්‍රචාරය කිරීම සඳහා කතෝලික සංවිධාන විසින් ද, බුද්ධාගම ප්‍රචාරය කිරීම සඳහා බෞද්ධ සංවිධාන විසින් ද පුවත්පත් ප්‍රකාශ කරනු ලැබිණි. 1866 දී ප්‍රකාශිත කතෝලික සභාවේ **ඥානාර්ථ ප්‍රදීපයත්**, ඊට ප්‍රතිපක්ෂව බෞද්ධ සංවිධානයක් විසින් 1867 දී ප්‍රකාශිත **සත්‍ය මාර්ගයත්** එවැනි ආගමික පුවත්පත් දෙකකි. එසේ ම 1906 දී ප්‍රකාශිත **සිංහල බෞද්ධයා** මහාබෝධි ව්‍යාපාරයට හිමි එකකි. **සිංහල බලය** පුවත්පත ප්‍රකාශ කරන ලද්දේ සිංහල මහ සභාව විසිනි.

● පෞද්ගලික ව්‍යාපාර හිමි පුවත්පත්

ආරම්භයේ දී කර්තෘ විසින් ම හිමිකරු ලෙස ප්‍රකාශයට පත් කරන ලද පුවත්පත් පවත්වා ගෙන යා නොහැකි අවස්ථාවල පෞද්ගලික ව්‍යාපාර විසින් ඒවා මිල දී ගෙන තිබේ. ඒ හැර නව පුවත්පත් ආරම්භ කරන්නට ද පෞද්ගලික ව්‍යාපාර කටයුතු කර ඇත.

ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත් ඉතිහාසය තුළ ආරම්භ කරන ලද ප්‍රථම පෞද්ගලික පුවත්පත් ව්‍යාපාරය ලෙස සැලකෙන්නේ, 1919 දී ඩී.ආර්.විජයවර්ධන මහතා විසින් ආරම්භ කරන ලද ලේක් හවුස් පුවත්පත් ආයතනය හෙවත් සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම ය. 1947 දී **ලංකාදීප** පුවත්පත ආරම්භ කරන ලදී.

එසේ ම 1961 දී සීමාසහිත ඇම්.ඩී.ගුණසේන සහ සමාගම විසින් **දවස** පුවත්පත් සමාගම හෙවත් ස්වාධීන පුවත්පත් සමාගම බිහි කරන ලදි. උපාලි පුවත්පත් සමාගම පිහිටුවන ලද්දේ 1981 දී ය. එහි අයිතිකරු වූයේ ප්‍රකට ව්‍යාපාරිකයකු වූ උපාලි විජයවර්ධන මහතා ය. 1986 දී සීමාසහිත විජය පුවත්පත් සමාගම පිහිටුවන ලදී. එහි හිමිකරු වූයේ ලේක් හවුස් පුවත්පත් ආයතනය පිහිටුවන ලද ඩී.ආර්.විජයවර්ධන මහතා ගේ පුත් රංජිත් විජයවර්ධන මහතා ය.

මේ හැර දෙමළ පුවත්පත් පමණක් ප්‍රකාශ කරන **වීරකේසරී** පුවත්පත් සමාගම ද පුවත්පත් ව්‍යාපාරික ආයතනයක් ලෙස දැක්විය හැකි ය. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රකාශයට පත් කරන දෙමළ පුවත්පත් ලෙස ඒෂියන් මීඩියා පබ්ලිකේෂන් හි **තිනක්කුරල්** ද එක්ස්ප්‍රස් නිව්ස් පේපර්ස් පුද්ගලික සමාගමෙහි **තිනමුරුසු, වීරකේසරි සහ මිතිරන්** පුවත්පත් ද ලේක් හවුස් ආයතනයෙහි **තිනකරන්** ද දැක්විය හැකි ය.

- ### දේශපාලන පක්ෂ හිමි පුවත්පත්

තම දේශපාලන මතවාදය සමාජගත කිරීම සඳහා පුවත්පත් ආරම්භ කිරීම ශ්‍රී ලංකාවට නිදහස ලැබීමට ආසන්න කාල වකවානුවේ දී ඇති වූ නව ප්‍රවේශයකි. සෑම දේශපාලන පක්ෂයක් ම තමන් ගේ ම පුවත්පතක් ප්‍රකාශයට පත් කිරීම කෙරෙහි අවධානය යොමු කළහ. ප්‍රධාන දේශපාලන පක්ෂ ද, කුඩා දේශපාලන පක්ෂ ද මේ ආකාරයෙන් දේශපාලනික පුවත්පත් ප්‍රකාශයට පත් කරති. මෙය අදට ද ඒ ආකාරයෙන් ම සිදු වේ.

- ### රජයට හිමි පුවත්පත්

ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රකාශිත පළමුවන පුවත්පත වූ **කලම්බු ජර්නල්** රාජ්‍ය අනුග්‍රහය යටතේ ප්‍රකාශයට පත් කරනු ලැබිණි. එහි සංස්කාරක වූයේ ජෝර්ජ් ලී ය. (පසු ව ජෝර්ජ් ලී රජයේ පාලනයෙන් තොර ව පුවත් පළ කරන්නට වීම නිසා බ්‍රිතාන්‍ය යටත් විජිත පාලනය විසින් ඉතා කෙටි කලකින් කලම්බු ජර්නල් පුවත්පත් වසා දමනු ලැබිණි.) 1973 දී ලේක්හවුස් පුවත්පත් ආයතනය හෙවත් සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගමේ කොටස් රජයට පවරා ගන්නා ලදී.

ගුවන්විදුලිය

ඉතාලි ජාතික ගුග්ලිමෝ මාකෝනි විසින් 1897 දී ගුවන්විදුලි සංඥා සමාගම එංගලන්තයේ ආරම්භ කරන ලදි. 1906 වන විට සැතපුම් සියයක් දුරට ගුවන්විදුලි පණිවුඩ යැවිය හැකි විය. 1908 වන විට ගුවන්විදුලිය ජන මාධ්‍යයක් බවට පත් වීම ඇරඹී තිබිණි. 1920 වන විට ගුවන්විදුලිය ගෘහස්ත සන්නිවේදන මෙවලමක් බවට පත් විය. ඇමෙරිකාවේ මාකෝනි ගුවන්විදුලි සමාගම 1919 වන විට ගුවන්විදුලිය මහජනයා අතර ජනප්‍රිය කිරීමට මහඟු මෙහෙවරක් කළේ ය. විධිමත් ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් මුල් වරට ඉදිරිපත් කර ඇත්තේ 1920 දී රුසියාවේ පීටර්ස්බර්ග් විශ්වවිද්‍යාලයේ ය. 1923 අවසානය වන විට ඇමෙරිකාවේ හයසියයකට අධික ගුවන්විදුලි සේවා පැවතුණි.

මේ පසුබිම වැදගත් වන්නේ ශ්‍රී ලංකාවේ ද ගුවන්විදුලිය ආරම්භ වූයේ එක ම කාලයේ දී බව තේරුම් ගැනීම සඳහා ය. 1922 දී ලංකා ආධුනික ගුවන්විදුලි සමාජය නම් වූ මහජන සංවිධානයක් විසින් ගුවන්විදුලිය පිළිබඳ අත්හදා බැලීම් ආරම්භ කර ඇත. පළමු වරට ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරයක් අත්හදා බලන ලද්දේ රජයේ විදුලි සන්දේශ දෙපාර්තමේන්තුව විසිනි. ඒ සඳහා යොදා ගන්නා ලද්දේ ජර්මන් සබ්මැරීනයකින් ගලවා ගන්නා ගුවන්විදුලි සන්දේශ උපකරණ තොගයකි. ඒ අනුව ප්‍රධාන විදුලි සන්දේශ ඉංජිනේරු ඊ. හාපර් මහතාගේ මෙහෙයවීමෙන් 1924 ජූනි 1 වෙනි දින කරන ලද ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය ප්‍රථම නිල ගුවන්විදුලි ප්‍රචාරය ලෙස සැලකේ. මේ අනුව මුල් කාලයේ දී ම ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය රජයට හිමි වූ බව පෙනේ. 1925 දෙසැම්බර් 16 වෙනි දින ලංකාවේ ගුවන්විදුලිය රාජ්‍ය ආයතනයක් වශයෙන් විවෘත කරනු ලැබිණි. මෙය ආසියාවේ ප්‍රථම ගුවන්විදුලි සේවය යි. 1949 දෙසැම්බර් 1 වෙනි දින සිට රේඩියෝ සිලෝන් හෙවත් ලංකා ගුවන්විදුලි සේවය යනුවෙන් ලංකා ගුවන්විදුලි සේවා දෙපාර්තමේන්තුව පිහිටුවනු ලැබිණි. ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව පිහිටුවන ලද්දේ 1967 ජනවාරි 5 වන දින දී ය.

1991 දක්වා ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලි සේවය පවත්වා ගෙන යනු ලැබුවේ රාජ්‍ය හිමිකාරත්වය යටතේ ය. ඒ අනුව ගුවන්විදුලි යන්ත්‍රයක් මගින් සේවා ශ්‍රවණය කිරීම සඳහා බලපත්‍රයක් ගැනීමට සිදු විය. 1991 න් පසු ශ්‍රී ලංකාවේ ගුවන්විදුලි සේවා සඳහා තිබූ රජයේ ඒකාධිකාරය අහෝසි කරනු ලැබිණි. 1991 න් පසු කාලයේ දී එම බලපත්‍ර ක්‍රමය අහෝසි කරන ලදි. ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව තව දුරටත් රජයේ හිමිකම යටතේ ක්‍රියාත්මක වන අතර, පෞද්ගලික අංශයේ ගුවන්විදුලි සේවා ආරම්භ කිරීමට අවසර දෙනු ලැබිණි.


4:2 රූපය - ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව

වර්තමානය වන විට විවිධ පෞද්ගලික ව්‍යාපාර විසින් පවත්වා ගෙන යන ගුවන්විදුලි සේවා සංඛ්‍යාව පණහක් පමණ වේ. ආරම්භයේ සිට ම ගුවන්විදුලි ශ්‍රවණය බලපත්‍ර ලබා ගත යුතු වූ අතර, පුවත්පත් හිමිකම වර්ගීකරණය කරනු ලබන ආකාරයෙන් ගුවන්විදුලි සේවා හිමිකම ද පහත සඳහන් ආකාරයෙන් වර්ග කළ හැකි ය.

1. **රාජ්‍ය හිමිකම සහිත ගුවන්විදුලි සේවා**
2. **මහජන සංවිධාන හිමිකම සහිත ගුවන්විදුලි සේවා**
3. **පෞද්ගලික ව්‍යාපාර හිමිකම සහිත ගුවන්විදුලි සේවා**

රූපවාහිනිය

ශ්‍රී ලංකාව තුළ පළමුවන රූපවාහිනී විකාශය ආරම්භ කරනු ලබන්නේ පෞද්ගලික හිමිකම යටතේ ය. ඒ 1979 අප්‍රේල් 13 වන දින දී ය. එය නම් කරනු ලැබුවේ ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවය යනුවෙනි. පසු ව 1979 ජූනි 5 වන දින ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවය රජයට පවරා ගනු ලැබිණි. ඒ නිසා එය දැනට රජය සතු සමාගමක් ලෙස දැක්විය හැකි ය.

රාජ්‍ය හිමිකම යටතේ ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව ආරම්භ කරන ලද්දේ, 1982 දී ය. එය රාජ්‍ය සංස්ථාවක් ලෙස පාර්ලිමේන්තු පනතකින් ස්ථාපිත කරන ලදි. මෙයින් පසු ව ගත වූ කාලය තුළ පෞද්ගලික රූපවාහිනී සේවා සඳහා රජය විසින් බලපත්‍ර ලබා දෙන ලදු ව මේ වන විට එවැනි පෞද්ගලික නාලිකා විස්සක් පමණ ක්‍රියාත්මක වේ. මේ අතර ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී සේවා එක් ව පවත්වා ගෙන යන මාධ්‍ය ආයතන ද ගණනාවකි.

ජන මාධ්‍ය හිමිකමේ රාජ්‍ය දායකත්වය

මේ වන විට රජයට අයත් ජන මාධ්‍ය ආයතන පහත දැක්වේ.

පුවත්පත්

- සීමාසහිත එක්සත් ප්‍රවෘත්ති පත්‍ර සමාගම හෙවත් ලේක් හවුස් ආයතනය (රජයට පවරා ගත් කොටස් හිමි සමාගමකි.)

ගුවන්විදුලිය

- ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාව (රාජ්‍ය සංස්ථාවකි.)
- ලක්හඬ ගුවන්විදුලි සේවය (රජයට පවරා ගත් කොටස් හිමි සමාගමකි.)

රූපවාහිනී

- ශ්‍රී ලංකා රූපවාහිනී සංස්ථාව (රාජ්‍ය සංස්ථාවකි.)
- ස්වාධීන රූපවාහිනී සේවාව

ජන මාධ්‍ය ආයතනවල අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරිත්වය

ශ්‍රී ලංකාවේ පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය යන ව්‍යාපාර සමස්තයක් ලෙස ගත් විට ඒවා සංවිධානය කර ඇති ආකාර දෙකකි.

1. පාර්ලිමේන්තු පනතකින් සංස්ථාවක් ලෙස ස්ථාපිත කර තිබීම හෝ

2. සමාගම් පනත යටතේ සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගමක් ලෙස ස්ථාපිත කර තිබීම

රාජ්‍ය සංස්ථාවක හෝ සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගමක හෝ කළමනාකරණය පිළිබඳ ප්‍රතිපත්තිමය තීරණ ගනු ලබන්නේ අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලයක් විසිනි. එහි ප්‍රධානියා සභාපති නමින් ද අනෙක් සාමාජිකයන් අධ්‍යක්ෂකවරුන් ලෙසින් ද හැඳින්වේ. රාජ්‍ය සංස්ථාවක හෝ රජයට අයත් සමාගමක අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය හා සභාපති රජය විසින් පත් කරනු ලබයි. අනෙක් ජන මාධ්‍ය සමාගම්වල සභාපති හා අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය පත් කරනු ලබන්නේ එහි කොටස්කරුවන් කිහිප දෙනා විසිනි. රාජ්‍ය සංස්ථාවක හෝ රජයට අයත් සමාගමක අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය හා සභාපති පත් කරනු ලබන්නේ රජය විසින් බැවින් රජයේ ඍජු පාලන මෙහෙය වීමට මෙම ආයතන නතු වේ. සභාපති හා අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලය විසින් ප්‍රතිපත්තිමය තීරණ ගනු ලබන අතර, එය ක්‍රියාත්මක කිරීමේ වගකීම පැවරෙන්නේ ජන මාධ්‍ය ආයතනයේ ප්‍රධාන විධායක නිලධාරියාට ය. ඒ ඒ ව්‍යාපාර ආයතනයේ අභිමතය අනුව එම ප්‍රධාන විධායක නිලධාරියාගේ තනතුරු නාමය වෙනස් වන්නට පුළුවන. උදාහරණයක් වශයෙන් සාමාන්‍යාධිකාරී, හා කළමනාකරණ අධ්‍යක්ෂක යන තනතුරු නාම සීමාසහිත පෞද්ගලික සමාගම් භාවිත කරනු ලැබේ. රාජ්‍ය සංස්ථා භාවිත කරනු ලබන්නේ අධ්‍යක්ෂ ජනරාල් යන නාමය යි.

අධ්‍යක්ෂක මණ්ඩලයේ සාමාජිකයකු හෝ සභාපති හෝ ප්‍රධාන විධායකයා ලෙස පත් කරනු ලබන අවස්ථා තිබේ. එසේ වූ විට ප්‍රතිපත්ති සම්පාදනය ද කළමනාකරණය ද කොටස් හිමිකම දරන්නන් අතට පත්වේ. මාධ්‍ය ආයතනයේ අවශේෂ මාධ්‍යවේදීන් සිටින්නේ ප්‍රධාන විධායකයා යටතේ ය. මාධ්‍ය කටයුතු ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන්නේ ඔවුන් විසිනි.

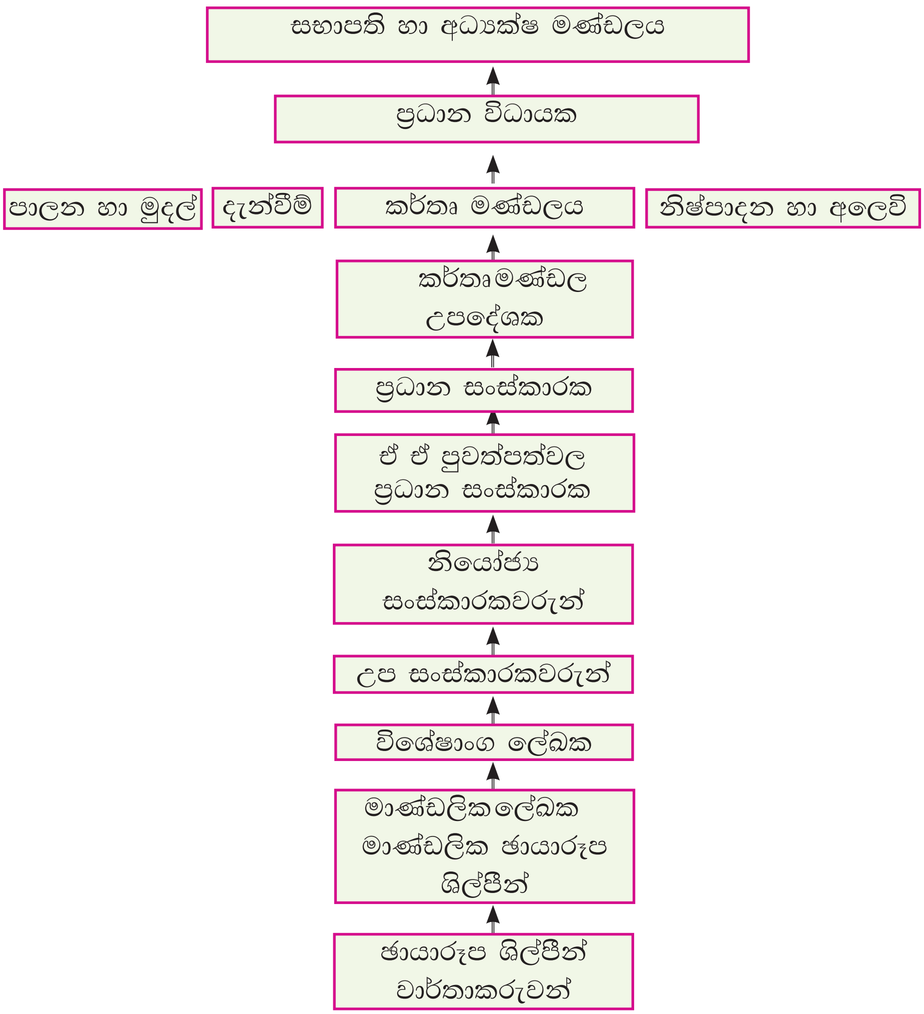
සභාපති
↓
අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලය
↓
ප්‍රධාන විධායක
↓
මාධ්‍යවේදීන්
↓
මහජනයා

මාධ්‍ය ආයතනයක සර්ව සංවිධාන සටහනක්

පුවත්පත්, ගුවන්විදුලි හෝ රූපවාහිනී ආයතනයේ ප්‍රධාන විධායකයා යටතේ ඒ ඒ අංශ හා ඒ ඒ තනතුරු නිර්මාණය කරනු ලබන්නේ ඒ ඒ ආයතනයේ මාධ්‍ය කටයුතු ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය අනුව ය. උදාහරණයක් වශයෙන් පුවත්පත් ගණනාවක් ප්‍රකාශයට පත් කරනු ලබන පුවත්පත් ආයතනයක සියලු සංස්කාරක කර්තෘන්ට ඉහළින් පරිපාලන සංස්කාරක කර්තෘ කෙනෙක් සිටින්නට පුළුවන. ඒ ඒ පුවත්පතෙහි ප්‍රධාන සංස්කාරක කර්තෘ සිටින්නේ ඉන් පසු ව ය.

පුවත්පත් ආයතනයක අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරිත්වය

පුවත්පත් සමාගමක සාමාන්‍ය සංවිධාන ව්‍යුහය පහත ආකාරයට වේ.



4.3 රූපය - පුවත්පත් සමාගමක සංවිධාන ව්‍යුහය



4.4 රූපය

ප්‍රධාන කර්තෘ

පුවත්පතක ප්‍රධාන මාධ්‍යවේදියා ප්‍රධාන කර්තෘ ය. පුවත්පතේ අන්තර්ගතය හා ව්‍යුහය පිළිබඳ ව සමස්ත වගකීම දරන්නේ ප්‍රධාන කර්තෘවරයා ය. පුවත්පතක සංස්කාරක වැකිය හෙවත් කතු වැකිය ලිවීමේ වගකීම ද බොහෝ විට ප්‍රධාන කර්තෘ සතු ය. පුවත්පතක් සංස්කරණය කිරීමේ කාර්යය සාමූහික වුවත්, අවසානයේ දී ඒ පිළිබඳ සමස්ත වගකීම දරන්නේ ද ප්‍රධාන කර්තෘ ය. විශේෂයෙන් නඩු කටයුතුවල දී මේ නෛතික වගකීම ඉතා වැදගත් වේ. ප්‍රධාන කර්තෘගේ කාර්යය ඊට පහළ තනතුර දරන මාධ්‍යවේදීන් වෙත බෙදා දෙන්නට පුළුවන.

නියෝජ්‍ය කර්තෘ

ප්‍රධානියා නොමැති විටක ඒ වෙනුවෙන් කටයුතු කිරීම නියෝජ්‍ය කර්තෘ ගේ ප්‍රධාන වගකීමකි. එසේ ම සියලු මාධ්‍ය කටයුතු පිළිබඳ ව විපරමින් කටයුතු කිරීමට නියෝජ්‍ය කර්තෘට සිදු වේ.

ප්‍රවෘත්ති අංශය

සතිපතා හෝ දිනපතා හෝ පුවත්පතක ඉතා වැදගත් කාර්යයක් ඉටු කරන අංශයක් ලෙස මෙය දැක්විය හැකි ය. මෙය දේශීය පුවත් හා විදේශීය පුවත් ලෙස කොටස් දෙකකින් සමන්විත වේ. මේ කොටස් දෙක විශාල නම් එහි ප්‍රධානීන් දේශීය ප්‍රවෘත්ති සංස්කාරක කර්තෘ හා විදේශීය ප්‍රවෘත්ති සංස්කාරක කර්තෘ යනුවෙන් හැඳින්වේ. දේශීය ප්‍රවෘත්ති යන්න සමහර විට ප්‍රාදේශීය ප්‍රවෘත්ති යනුවෙන් ද නම් කෙරේ. මෙයට සම්බන්ධ ව කටයුතු කරන ස්ථිර තනතුරු දරන වාර්තාකරුවන් මාණ්ඩලික වාර්තාකරුවන් නමින් ද, ස්ථිර තනතුරු නොමැති ව තමන්ගේ ප්‍රදේශයේ ම සිට ප්‍රවෘත්ති එවන වාර්තාකරුවන් ප්‍රාදේශීය වාර්තාකරුවන් ලෙසින් ද හැඳින්වේ. එක ම පුවත්පත් ආයතනයක එක් එක් පුවත්පත සඳහා ප්‍රාදේශීය වාර්තාකරුවන් වෙන් වෙන් ව සිටින නමුත් සමහර විට සමූහ වාර්තාකරුවන් ද සිටින්නට පුළුවන. මේ ප්‍රාදේශීය වාර්තාකරුවන් සංඛ්‍යාව 300 - 600 ක් පමණ විය හැකි ය.

සංස්කරණ අංශය

පුවත්පතේ ප්‍රවෘත්ති පිටු සංස්කරණය කරනු ලබන්නේ මේ අංශයෙනි. එම කාර්යය කරන්නේ උප කර්තෘන් විසිනි. ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරුවන් ද, මාණ්ඩලික ලේඛකයන් ද විසින් සපයන තොරතුරු ප්‍රවෘත්තියකට අවශ්‍ය ලෙස සකස් කරන්නේ මොවුන් ය. එහි දී පිටුවේ ඉඩ කඩ හා තොරතුරේ වැදගත්කම අනුව එහි පළ විය යුතු ප්‍රමාණය තීරණය කිරීමත්, එම ප්‍රවෘත්තියට මාතෘකාවක් යෙදීමත් සිදු වේ. මෙම අංශයේ ප්‍රධානියා හැඳින්වෙන්නේ ප්‍රධාන උප කර්තෘ නමිනි.



4.5 රූපය - පුවත්පත් කිහිපයක්

විශේෂාංග අංශය

ප්‍රවෘත්තිවලට අතිරේක ව විවිධ විශේෂ මාතෘකා යටතේ පිටු හෝ අතිරේක හෝ පළ කිරීම පුවත්පතක පුරුද්දයි. ඒ මගින් වැඩි පාඨක පිරිසක් ග්‍රහණය කර ගැනීමට හැකි වේ. උදාහරණ වශයෙන් කාන්තා පිටුව, විලාසිතා පිටුව, ව්‍යවසායක පිටුව, බෞද්ධාගමික පිටුව, කතෝලික ආගමික පිටුව, ඉස්ලාම් ආගමික පිටුව, හින්දු ආගමික පිටුව, සාහිත්‍ය කලා පිටුව, සිනමා හා නාට්‍ය පිටුව ආදිය දැක්විය හැකි ය. මේ විශේෂාංග පිටු හෝ අතිරේක හෝ සඳහා විශේෂ නම් යොදනු ලැබේ. එසේ ම එක් එක් විශේෂාංගය භාර ව විශේෂාංග කර්තෘවරයකු කටයුතු කරයි. එම අදාළ පිටුව සංස්කරණය කිරීම එම විශේෂාංග කර්තෘගේ කාර්යයකි. පුවත්පතක විශේෂාංග සියල්ල භාර ව සිටිනුයේ විශේෂාංග කර්තෘවරයා ය. පුවත්පතක කාටූන් ද සැලකෙන්නේ විශේෂාංගයක් වශයෙනි.

ඡායාරූප අංශය

ප්‍රවෘත්තිවලට අදාළ ව ඡායාරූප සැපයීම මේ අංශයේ වගකීම යි. මේ අංශයේ ප්‍රධානියා ඡායාරූප කර්තෘ ය. මාණ්ඩලික ඡායාරූප ශිල්පීහු මේ අංශයේ ස්ථිර කාර්ය මණ්ඩලයේ කටයුතු කරති. එයට අමතර ව ප්‍රාදේශීය ඡායාරූප ශිල්පීහු ද මේ අංශයට ඡායාරූප සපයති. අද වන විට සියලු පුවත්පත් ආයතනවල ඡායාරූප සංස්කරණය පරිගණක තාක්ෂණයට සම්බන්ධ කර ඇත.

චිත්‍ර නිර්මාණ හා රූ රටා සැලසුම් අංශය

පුවත්පතකට අවශ්‍ය චිත්‍ර නිර්මාණය හා රූ රටා සැලසුම් කිරීම යනු කාර්යයන් දෙකකි. චිත්‍ර නිර්මාණය කරනුයේ චිත්‍ර ශිල්පීන් විසිනි. ඔවුහු අතින් හෝ පරිගණක මගින් හෝ චිත්‍ර නිර්මාණය කරති. මේවා ද යොදා ගනිමින් පිටුවක රූ රටා සැලසුම් කිරීම වර්තමානයේ දී සිදු කරනුයේ පරිගණක මගිනි. චිත්‍ර හා රූ රටා සැලසුම් සංස්කාරක කර්තෘ මේ අංශයේ ප්‍රධානියා ය. ස්ථිර ව සේවය කරන චිත්‍ර ශිල්පීන් ද කැලි ගණනට චිත්‍ර සපයන චිත්‍ර ශිල්පීන් ද මේ අංශයට සම්බන්ධ ව කටයුතු කරති. එහෙත් බොහෝ විට රූ රටා සැලසුම් කරන පරිගණක නිර්මාණ ශිල්පීහු පුවත්පත් සමාගමේ අභ්‍යන්තර කාර්ය මණ්ඩලයට අයත් වේ.

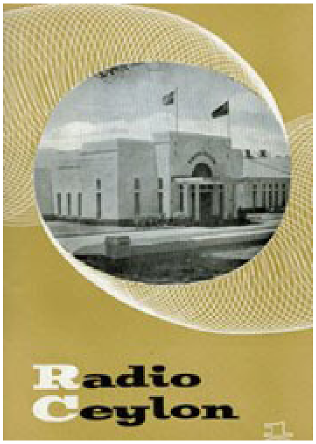
දැන්වීම් අංශය

පුවත්පතක සංයුතියට අයත් එක වැදගත් අංගයක් වන්නේ දැන්වීම් ය. එය පුවත්පතක ප්‍රධාන ආදායම් මාර්ගය වේ. දැන්වීම් අංශය හා සංස්කාරක කර්තෘ අංශය අතර සෘජු සම්බන්ධයක් ඇත. සාමාන්‍යයෙන් සිදු වනුයේ දැන්වීම් අංශය විසින් ඒ ඒ පිටුවල දැන්වීම් සඳහා ඉඩකඩ වෙන් කර ගැනීම මුලින් සිදු වීම යි. එය කරනුයේ දැන්වීම් අංශයෙනි. සංස්කාරක කර්තෘ විසින් ඒ ඒ පිටුවල හිස් කොටසේ තම ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංග සැලසුම් කළ යුතු ය.

4.6 රූපය

දැන්වීම්වල මිල තීරණය කරනු ලබන්නේ දැන්වීම් අංශය විසිනි. එය කාලීන වැදගත්කම, පිටුව, වර්ණ, ප්‍රමාණය හා වර්ගය අනුව තීරණය කරනු ලැබේ.

ගුවන්විදුලි ආයතනයක අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරිත්වය



4.7 රූපය - ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලිය ආරම්භය

පුවත්පත් ආයතනයක සංවිධාන ව්‍යුහය මෙහි දී ද අදාළ වේ. වෙනස්කම් ඇති වන්නේ මාධ්‍ය කටයුතුවල ය. ශ්‍රී ලංකා ගුවන්විදුලි සංස්ථාවේ සංවිධාන සැලැස්ම හා වෙනත් පෞද්ගලික ගුවන්විදුලි නාලිකා අතර වෙනස්කම් පවතී. ගුවන්විදුලි නාලිකාවක අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරිත්වය තීරණය වන්නේ මේ වෙනස්කම් මත ය.

ගුවන්විදුලි ආයතනයක අංශ

- **ප්‍රවෘත්ති අංශය**

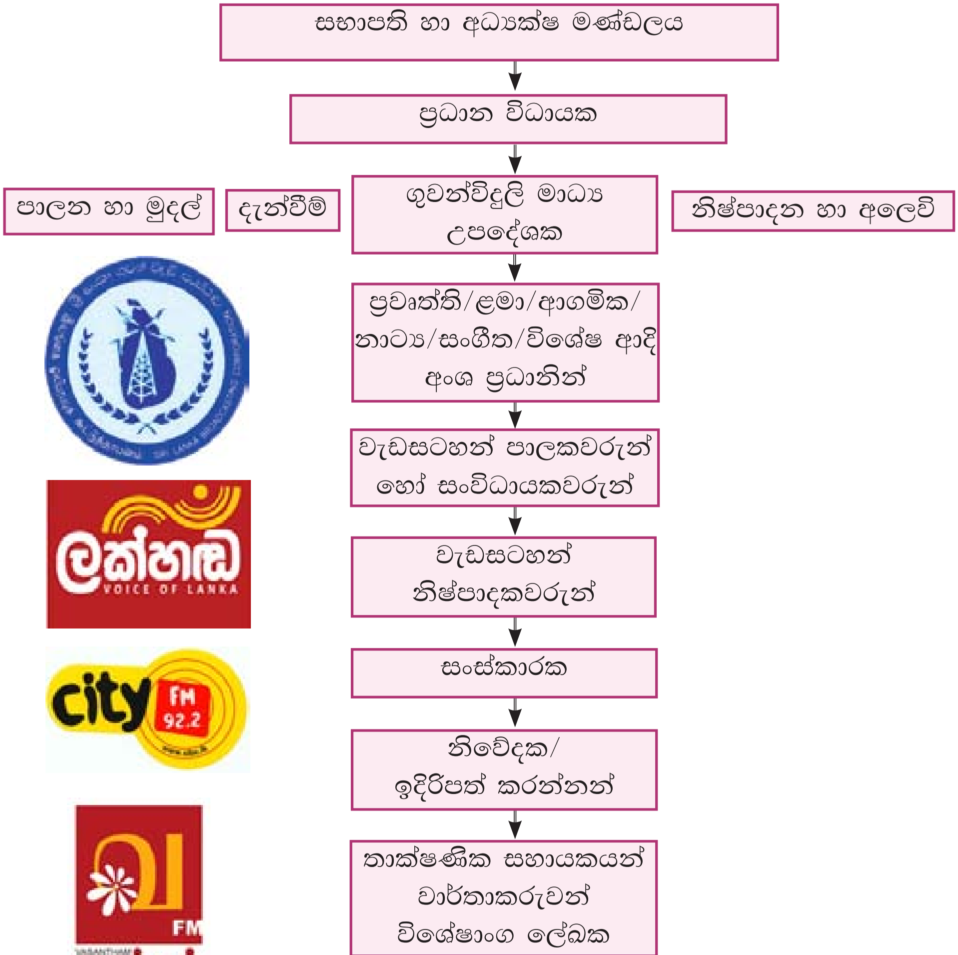
ගුවන්විදුලි සේවාවක ප්‍රවෘත්ති අංශයට ඉතා වැදගත් ස්ථානයක් හිමි වේ. පෙර කාලයේ දී දිනකට අවස්ථා හතරක දී පමණක් ප්‍රවෘත්ති විකාශයක් ඉදිරිපත් කරන ලද නමුත් මේ වන විට පැයෙන් පැයට කෙටි ප්‍රවෘත්ති ද, දිනකට තුන් වරක් ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්ති ද, ගුවන්විදුලි මාධ්‍ය මගින් විකාශය කරනු ලැබේ. ඒ අනුව දිවයින පුරා යොදවා සිටින වාර්තාකරුවන් මගින් ප්‍රවෘත්ති අංශයට ලබා ගන්නා ප්‍රවෘත්ති ද, අන්තර්ජාතික ප්‍රවෘත්ති ආයතන හා වෙනත් ප්‍රවෘත්ති මූලාශ්‍රවලින් විදේශ ප්‍රවෘත්ති තෝරා ප්‍රවෘත්ති පිටපත සැකසීම ප්‍රවෘත්ති අංශයේ කාර්ය භාරයයි. එම අංශයේ සිටින ප්‍රවෘත්ති සංස්කාරකවරුන් විසින් ප්‍රවෘත්ති පිටපත සකස් කරනු ලැබේ. මෙහි ප්‍රධානියා ප්‍රවෘත්ති අධ්‍යක්ෂක වේ.

- **වැඩසටහන් අංශ**

එක් එක් වැඩසටහන් සඳහා වෙන් වෙන් ව අංශ පවත්වා ගෙන යාම සාමාන්‍ය සිරිත ය. ළමා, ආගමික, සංගීත, සාකච්ඡා ආදි වශයෙන් එවැනි ඒකක තිබෙන්නට පුළුවන. වැඩසටහන් නිෂ්පාදකවරුන් ද, නිවේදකයන් හා ඉදිරිපත් කරන්නන් ද එම අංශවලට සම්බන්ධ ව කටයුතු කරති.

4.8 රූපය - ගුවන් විදුලි නාලිකා කිහිපයක්

උදාහරණයක් වශයෙන් ප්‍රවෘත්ති අංශය යටතේ ප්‍රවෘත්ති පිටපත සම්පාදනය කිරීමත්, විවිධ විශේෂ ප්‍රවෘත්ති සැකසීමත්, ප්‍රවෘත්ති විශේෂාංග නිෂ්පාදනයත්, ප්‍රවෘත්ති ඉදිරිපත් කිරීමත් පිළිබඳ වගකීම ක්‍රියාත්මක වේ.



4.9 රූපය

4.10 රූපය

ගුවන් විදුලි මාධ්‍යය ආයතනයක සංවිධාන ව්‍යුහය

- **තාක්ෂණික ශිල්පීන්**

ගුවන්විදුලි මැදිරියක කටයුතු සඳහා පැරණි යාන්ත්‍රික උපකරණ යොදා ගැනීමේ දී තාක්ෂණික ශිල්පීන්ගේ අවශ්‍යතාව තිබිණි. එසේ ම පෙර සැකසුම් කරන වැඩසටහන් සඳහා ද තාක්ෂණික ශිල්පීන් අවශ්‍ය ය. එහෙත් වර්තමානයේ දී සජීව වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කිරීම බහුල ව සිදු වීමත්, පරිගණක තාක්ෂණික උපකරණ බහුල ව යොදා ගැනීමත් දැකිය හැකිය.

- **දැන්වීම් අංශය**

ගුවන්විදුලි කාලය අලෙවි කරනු ලබන්නේ මේ අංශය විසිනි. ගුවන්විදුලි සේවාවකට ආදායම ලැබෙන්නේ මෙයිනි. මේ නිසා අද වන විට සෘජු දැන්වීම් මෙන් ම අනුග්‍රාහක දැන්වීම් ද ගුවන්විදුලි මාධ්‍යය තුළ බහුල ව යොදා ගැනේ. ප්‍රවෘත්ති විකාශනය වන කාල සීමාව දැන්වීම් අලෙවිය සඳහා බහුලව ම යොද ගැනේ.

රූපවාහිනී ආයතනයක අභ්‍යන්තර ක්‍රියාකාරිත්වය



4.11 රූපය - රූපවාහිනී නාලිකා කිහිපයක්

ගුවන්විදුලි ආයතනයක සංවිධාන ව්‍යුහය මෙහි දී ද අදාළ වේ. වෙනස්කම් ඇති වන්නේ මාධ්‍ය කටයුතුවල ය. මෙය ශ්‍රව්‍ය, දෘශ්‍ය හා චලන මාධ්‍යයක් වන නිසා තාක්ෂණික කටයුතුවලට වැඩි තැනක් ලැබේ. ගුවන්විදුලි සේවාවක් සමග සැසඳීමේ දී රූපවාහිනී සේවාවක විශේෂතා පවතී. එනම් වේශ නිරූපණය හා පසුතල නිර්මාණය, මැදිරි ඉදිරිපත් කිරීම් ආදිය මෙහි දී සිදු වේ. එසේ ම සියල්ල ඇසින් දකින්නට හැකි වේ. කනින් අසන්නට හැකි වේ. ටෙලි නාට්‍ය හා දැන්වීම් වැනි නිර්මාණ පිටතින් නිෂ්පාදනය කර ඉදිරිපත් කරන ඒවා ය. ඒ හැර රූපවාහිනී සේවාව විසින් ද තමන්ගේ ම විවිධ වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කරනු ලැබේ.

ප්‍රවෘත්ති හා කාලීන වැඩසටහන්, අධ්‍යාපන වැඩසටහන්, ළමා වැඩසටහන්, සංගීතමය වැඩසටහන්, නාට්‍යමය වැඩසටහන්, රියැලිටි වැඩසටහන්, හඬ කැවීම් ආදි වශයෙන් විවිධ අංශ රූපවාහිනී සේවාවක තිබේ. කුමන අංශ පවත්වා ගෙන යන්නේ ද තීරණය කරනු ලබන්නේ ඒ ඒ රූපවාහිනී සේවාව විසිනි. එක් එක් අංශ ප්‍රධානින්ට අනුබද්ධ ව තාක්ෂණික නිෂ්පාදන අංශය කටයුතු කරයි.

- **ප්‍රවෘත්ති අංශය**

ශ්‍රව්‍ය - දෘශ්‍ය - චලන වශයෙන් ප්‍රවෘත්ති වාර්තා කිරීම රූපවාහිනියේ කාර්යය යි. පුවත්පතකට හෝ ගුවන්විදුලි සේවාවකට හෝ නැති ගැටලුවලට මුහුණ දෙන්නට රූපවාහිනී ප්‍රවෘත්ති අංශයට සිදු වේ. ශ්‍රී ලංකාව උදාහරණයකට ගත හොත් කොතැනක හෝ සිදු වන ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකමක් ඇති තොරතුරක් රූප මාධ්‍යයෙන් ලබා ගැනීම ප්‍රවෘත්ති අංශයේ කාර්යය යි. ඒ සඳහා ස්ථිර සේවාවේ යෙදෙන ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණයේ කණ්ඩායම් යොදවනු ලැබේ. ඒ හැර ප්‍රාදේශීය වශයෙන් යොදවා ගෙන සිටින නිදහස් වාර්තාකරුවන් මගින් ද රූපමය වාර්තා ගෙන්වා ගනු ලැබේ. විදේශ ප්‍රවෘත්ති සේවා මගින් අන්තර්ජාලය ඔස්සේ විදේශීය රූපමය ප්‍රවෘත්ති ලබා ගනු ලැබේ. විශේෂයෙන් ප්‍රවෘත්ති වැඩසටහන් අංශය ඉතා කාර්ය බහුල ස්ථානයකි. ප්‍රවෘත්ති අංශයට කාලය සැම විට ම අභියෝගයකි.

- **වැඩසටහන් අංශ**

රූපවාහිනියේ ඇති විශේෂ ලක්ෂණයක් නම්, බොහෝ වැඩසටහන් අනුග්‍රාහක වැඩසටහනක් බවට පත්වීම යි. අන්තර්ගතය හා ආකෘතිය තෝරා ගැනීම හෝ නිර්මාණය කර ගැනීම, එම වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කිරීම හා ඉදිරිපත් කිරීම ඒ ඒ වැඩසටහන් අංශවල වගකීම යි. එම කාර්යයන් කරනු ලබන්නේ වැඩසටහන් අධ්‍යක්ෂවරුන් හා නිෂ්පාදකවරුන් විසිනි. මෙහි දී අධ්‍යක්ෂ යනුවෙන් හඳුන්වනුයේ යම් වැඩසටහනක් නිර්මාණාත්මක වශයෙන් නිම කිරීමට නායකත්වය ලබා දෙන තැනැත්තා ය. නිෂ්පාදක යනු එම වැඩසටහන නිර්මාණාත්මක නිම කිරීම සඳහා අවශ්‍ය සියල්ල සැලසුම් කර සපයා දෙන තැනැත්තා ය. වැඩසටහන් අංශයට තම වැඩසටහන නිර්මාණය කර ගැනීමට යම් කාලයක් ගත හැකි ය.

4:12 රූපය

- **තාක්ෂණික ශිල්පීන්**

රූපවාහිනී සේවාවක දී වැඩසටහන් නිෂ්පාදනය කිරීමට ද ඉදිරිපත් කිරීමට ද තාක්ෂණික ශිල්පීන්ගේ සහය අවශ්‍ය වේ. රූපවාහිනී තාක්ෂණය දිනෙන් දින ම අලුත් වන නිසා ඒ සඳහා පුහුණු තාක්ෂණික ශිල්පීන් යොදවා ගැනීම අභියෝගයකි. කෙසේ වුව ද වැඩසටහන්වල ගුණාත්මක භාවය රඳා පවතිනුයේ ඒ සඳහා යොදා ගන්නා තාක්ෂණික උපකරණ හා එම උපකරණ මෙහෙයවන තාක්ෂණික ශිල්පීන්ගේ සංයෝගය මත ය.

- **දැන්වීම් අංශය**

ගුවන්විදුලි සේවාවකට වඩා රූපවාහිනී සේවාවක වියදම් අධික ය. ඒ නිසා රූපවාහිනී විකාශන කාලය ආදායම් බවට පත් කර ගැනීමට සිදු වේ. ඒ අනුව සෘජු වෙළෙඳ දැන්වීම් සඳහා මුදල් ලබා ගැනීමත්, වැඩසටහන් විකාශනය සඳහා අනුග්‍රාහකයන් ලබා ගැනීමත් යන කාර්යයන් දෙක ම සිදු වේ. ජනප්‍රිය වේලාවන්හි දී රූපවාහිනී දැන්වීම් මිල ඉතා ඉහළ ය.

4.2 ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම හා ග්‍රාහකයා කෙරෙහි බලපෑම

සමස්තයක් වශයෙන් ගත් විට ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම එහි ප්‍රතිපත්ති කෙරෙහි සෘජු ව බලපායි. එම ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාත්මක කරනුයේ ආයතනයේ මාධ්‍යවේදීන් විසිනි. ඒ නිසා මාධ්‍යවේදීන් විසින් ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම් තුළ හිමිකරුවන්ගේ ප්‍රතිපත්තිය ගැබ් ව තිබිය හැකිය. අවසානයේ දී ග්‍රාහකයා කරා ළඟා වන මාධ්‍ය සන්දේශ තුළ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ ප්‍රතිපත්තිය නිරූපණය විය හැකිය.

ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම විග්‍රහ කරන විට පෙනෙන්නේ රජයට හිමිකම ඇති ජන මාධ්‍ය ආයතන එක් පැත්තකින් ද, පෞද්ගලික හිමිකම ඇති ජන මාධ්‍ය ආයතන තවත් පැත්තකින් ද, තිබෙන බව ය. ලෝකය පුරා මේ තත්ත්වය අඩු වැඩි වශයෙන් පවතී. සමාජවාදී ලක්ෂණ තවමත් ඇති රාජ්‍යයන් වන මහජන චීනයේ හෝ රුසියාවේ හෝ ජන මාධ්‍ය කෙරෙහි පෞද්ගලික අංශයේ සුළු දායකත්වයක් ඇති අතර, ඇමරිකාව, ප්‍රංශය හා මහා බ්‍රිතාන්‍යය වැනි ධනවාදී රටවල ජන මාධ්‍ය කෙරෙහි පෞද්ගලික අංශයේ හිමිකම උපරිම වශයෙන් පවතී.

පුවත්පත්වල හිමිකම විග්‍රහ කළ විටද, සැලකිය යුතුවන්නේ ස්වාධීන මාධ්‍ය යන්නට වඩා සමබර ව තම මාධ්‍ය හැසිරවීමට හැකියාවක් එම මාධ්‍ය ආයතනවලට තිබිය යුතු බවයි.

සමාජවාදීව සිටි රටවල හැර අන් සියලුම රටවල ක්‍රියාත්මක වන ජන මාධ්‍යයන්ගේ රඳා පැවැත්ම තීරණය වන්නේ ඒ ආයතන උපයන ආදායම මත ය. ඒ නිසා ම ජන මාධ්‍ය ආයතන සැමවිට ම උත්සාහ දරන්නේ වැඩියෙන් ග්‍රාහකයන් ආකර්ෂණය කර ගත හැකි වැඩසටහන් ඉදිරිපත් කිරීමට ය. මේ ස්වභාවය පෞද්ගලික මෙන් ම රාජ්‍ය මාධ්‍යයන්ට ද එක සේ බලපායි. ශ්‍රී ලංකාවේ රජයේ ගුවන්විදුලිය හා රාජ්‍ය රූපවාහිනිය මුල් කාලයේ දී මහජනයාට බලපත්‍ර නිකුත් කර ආදායම ලබා ගත් නමුත්, ඒවා අද විවෘත ආදායම් ලබන ආයතන වේ.

1). ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම හා ආයතනික ප්‍රතිපත්ති

ජන මාධ්‍ය ආයතනයක් තුළ හිමිකම නිරූපණය වන්නේ එහි අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලය තුළිනි. අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලයේ සාමාජිකයන් හා සභාපති ලෙස පත් වන්නේ හිමිකරුවන් හෝ හිමිකරුවන්ගේ නියෝජිතයන් ය. තම ජන මාධ්‍ය ආයතනයේ ප්‍රතිපත්තිය අධ්‍යක්ෂ මණ්ඩලය විසින් තීරණය කරනු ලබන අතර එය ක්‍රියාත්මක කරනු ලබන්නේ මාධ්‍යවේදීන් විසිනි. එහි දී ඒ ඒ ජන මාධ්‍ය ආයතනයේ කටයුතු යොමු වන දිශාව පිළිබඳ ව ප්‍රධාන මාධ්‍යවේදීන් එකඟ වන අතර, එය ක්‍රියාත්මක කිරීමට අවශේෂ මාධ්‍යවේදීන් යොදා ගනී.

මේ ආකාරයට ශ්‍රී ලංකාවේ හෝ වෙනත් රටක හෝ ගුවන්විදුලිය, රූපවාහිනිය හා පුවත්පත්වල සෘජු හිමිකම බැහැර කොට ඒවා විග්‍රහ කළ නොහැකි ය. සමහර විට යම් ජන මාධ්‍ය ව්‍යාපාරයක හිමිකරුවන් එහි ප්‍රතිපත්ති මහජන හිතකාමීව වඩාත් පුළුල් ආකාරයෙන් පවත්වා ගෙන යන්නට පුළුවන. එවැනි විටක මාධ්‍යවේදීන්ට ද නිදහස්ව තම මාධ්‍ය කටයුතු පවත්වා ගෙන යා හැකි ය. එසේ වුවත් එම සීමාව ඉක්මවා යාමට නොහැකි ය. තවත් ජන මාධ්‍ය ආයතන තම ප්‍රතිපත්තිය වඩාත් සීමිත රාමුවක් තුළට ගෙන එති. එහි දී මාධ්‍යවේදීන්ට එම සීමාව තුළ කටයුතු කරන්නට සිදු වේ.

2). ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම හා මාධ්‍යවේදීන්

රටක සිටින සියලු මාධ්‍යවේදීන් හෝ මාධ්‍යකරුවන් වර්ග කිරීමේ දී ඔවුන් දෙකොටසකට බෙදිය හැකි ය.

1. **ආයතනයකට සම්බන්ධ මාධ්‍යවේදීන් හා**
2. **නිදහස් මාධ්‍යවේදීන් යනුවෙනි. (වර්තමානයේ පුරවැසි මාධ්‍යවේදීන් කොටසක් ද වේ.)**

සෑම ජන මාධ්‍ය ආයතනයකට ම තම ස්ථිර කාර්ය මණ්ඩලය තුළ මාධ්‍යවේදීන් යොදවා ගැනීමට සිදු වේ. ඒ සඳහා තෝරා ගන්නේ තමන්ගේ මාධ්‍ය ආයතනයේ ප්‍රතිපත්තිය පිළිගන්නා මාධ්‍යවේදීන් ය. එසේ තෝරා ගන්නා මාධ්‍යවේදීන් තම ආයතනයේ මාධ්‍ය ප්‍රතිපත්තීන්ට අනුව හැඩ ගස්වා, ඔවුන්ගේ නිර්මාණශීලි හැකියාව මාධ්‍ය ආයතනයේ අභිවෘද්ධිය සඳහා යොද ගත හැකිය.

ආයතනයකට සම්බන්ධ මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයන්

1. **මාණ්ඩලික මාධ්‍යවේදීන් හා**
2. **ප්‍රාදේශීය මාධ්‍යවේදීන් යනුවෙන් දෙකොටසකි.**

මාණ්ඩලික මාධ්‍යවේදීන් වෘත්තීය මාධ්‍යවේදීන් ලෙස සැලකේ. එනම් ඔවුහු එම ජන මාධ්‍ය ආයතනයේ මාසික වැටුප් ලබන මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයන් ය. ප්‍රාදේශීය මාධ්‍යවේදීන් යනු අර්ධ කාලීන වශයෙන් යම් ජන මාධ්‍ය ආයතනයකට තම සේවාව සපයන, එම මාධ්‍ය ආයතනය සමග ගිවිසුම් ගත ව සිටින, තමන් කරන සේවාව වෙනුවෙන් පමණක් ගෙවීම් ලබන මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයන් ය. ප්‍රාදේශීය මාධ්‍යවේදීන් වෙනත් රැකියාවක් කරන අතර හෝ වෙනත් රැකියාවක් කරමින් සිට විශ්‍රාම ගෙන හෝ මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයන් ලෙස බැඳී කටයුතු කරන්නෝ ය.

වෘත්තීය හෙවත් මාණ්ඩලික මාධ්‍යවේදීන් ආයතනය තුළ හෝ ආයතනය විසින් යොදවන මාධ්‍ය කාර්යයක් ඉටු කිරීමට සේවය කළ යුතු ය. වැටුපට අමතර ව ඔවුන්ට වෙනත් සේවා පහසුකම් ද, වර ප්‍රසාද ද උසස් වීම් ද හිමි ය. ප්‍රදේශීය වාර්තාකරුවකුට වුව ද කලක් සේවය කිරීමෙන් පසු මාණ්ඩලික මාධ්‍යවේදියකු බවට පත්විය හැකි ය. එසේ දිගු කලක් සේවය කිරීමෙන් පසු එම ක්ෂේත්‍රයේ ඉහළ තනතුරුවලට පත්විය හැකි ය. උදාහරණයක් වශයෙන් පුවත්පතක ප්‍රධාන සංස්කාරක කර්තෘ කෙනෙකු වුව ද විය හැකි ය.

ප්‍රාදේශීය වාර්තාකරුවන් යම් බල ප්‍රදේශයක තොරතුරු වාර්තා කිරීමට යොදවනු ලැබේ. සපයන තොරතුරු අනුව වාර්තාව පළවන හෝ විකාශ වන ආකාරය අනුව ඔවුන්ට ගෙවීම් කරනු ලැබේ.

3). මාධ්‍යවේදීන් හා ග්‍රාහකයා

ග්‍රාහකයා වෙත ළඟා වන්නේ මාධ්‍යවේදීන් ය. පුවත්පතක, ගුවන්විදුලි සේවාවක හෝ රූපවාහිනී සේවාවක ප්‍රවෘත්ති හෝ වෙනත් විශේෂාංග ද ඉදිරිපත් කරන්නේ මාධ්‍යවේදීන් විසිනි. ඒවායේ දී ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරුගේ නම හෝ ප්‍රවෘත්ති සම්පාදකගේ නම හෝ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශකගේ නම හෝ ආදී වශයෙන් සියලු මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරකම්වලට දායක වන සියලු ප්‍රධාන හා අවශේෂ මාධ්‍යවේදීන් ගේ නම් ද ග්‍රාහකයාට දැන ගන්නට

ලැබේ. එහෙත් ඒ පිටු පස සිටින්නේ කවුරුන්දැයි ග්‍රාහකයාට අනාවරණය වන්නේ නැත. එපමණක් නොව ඒ පිටු පස සිටින්නන් සමග ග්‍රාහකයාගේ ගනුදෙනුවක් ද නැත.

ඒ අනුව පෙනෙන්නේ මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයා හෙවත් මාධ්‍යවේදියා යනු මාධ්‍ය ආයතන හිමිකරුවන්ගේ අභිප්‍රාය ග්‍රාහකයා වෙත ගෙන යන අතරමැදි නිර්මාණශීලී පුද්ගලයකු බව ය. මාධ්‍ය ආයතන හිමිකරුගේ අභිප්‍රාය නිර්මාණශීලී පණිවිඩයක් නොවේ. එය ඍජු ව ග්‍රාහකයා වෙත ඉදිරිපත් කළ නො හැකි ය. ඒ නිසා ඒ සඳහා අතරමැදි මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයා යොදවා හිමිකරුගේ අභිප්‍රාය නිර්මාණශීලී ආකෘතියක් බවට පත්කරයි. එය සංවේදී ය. සිතට දැනෙන සුලු ය. රස වින්දනයකින් යුක්ත ය. සිතුවිලි වෙනස් කරන සුලු ය. ග්‍රාහකයා විසින් ග්‍රහණය කර ගන්නේ මෙයයි. මේ අනුව ග්‍රාහකයා විසින් ග්‍රහණය කරගනු ලබන්නේ මාධ්‍ය හිමිකරුවන්ගේ අභිප්‍රාය බව තේරුම් ගත හැකි කරුණකි.

මෙසේ ඉදිරිපත් කරන විවිධ මාධ්‍ය ආකෘතිවල අන්තර්ගතය ග්‍රාහකයාට අහිතකර යැයි මෙයින් අදහස් නො වේ. ග්‍රාහකයා සමත් විය යුත්තේ මේවායේ ඇතුළත ඇති සැබෑ අර්ථය ග්‍රහණය කර ගන්නට ය. මාධ්‍යවේදීන් බිහි වන්නේ සමාජය තුළිනි. ඒ නිසා සමාජය වෙනුවෙන් යමක් කිරීමේ අවශ්‍යතාව ඔවුන් තුළ තිබේ. මෙය සීමා වන්නේ ඒ ඒ ජන මාධ්‍ය ආයතනයේ ප්‍රතිපත්තිය අනුව ය. සමහර විට යම් සීමාවක් තුළ මහජනයා වෙනුවෙන් තමන්ගේ යුතුකම යම් තරමකට හෝ ඉටු කරන්නට මාධ්‍යවේදීන්ට අවස්ථාව සැලසේ.

මාධ්‍ය භාවිතය තුළ කවර විවේචන තිබුණත් මාධ්‍ය ආයතන ප්‍රධාන අරමුණක් වන්නේ, ග්‍රාහක පිරිස වැඩි කර ගැනීම යි. එසේ නොවුවහොත් එම මාධ්‍යයට පැවැත්මක් නැත. මේ ග්‍රාහක පිරිස වැඩිහිටි, තරුණ, බාල, මහලු, ගැහැනු හා පිරිමි ආදි වශයෙන් වර්ග කර ගත හැකි ය. එසේ ම නාගරික හා ග්‍රාමීය වශයෙන් හෝ ඉහළ පාන්තික, මධ්‍යම පාන්තික හා පහළ පාන්තික වශයෙන් හෝ වර්ග කර ගත හැකි ය. මාධ්‍ය කටයුතු පිටුපස ව්‍යාපාරිකයන් සිටින අතර ඇතැම්විට ව්‍යාපාරික නො වන අනුග්‍රාහකයන් ද සිටින්නට පුළුවන. උදාහරණයක් වශයෙන් පරිසරය සුරැකීම පිළිබඳ වැඩසටහනක් සඳහා පරිසර ආරක්ෂණ අධිකාරිය විසින් අනුග්‍රහය දක්වන්නට පුළුවන. එය එහි පවතින්නේ වානිජ අරමුණක් නොව පොදු සේවා අරමුණකි. කුමන සංවිධානයක් හෝ ව්‍යාපාරයක් හෝ වැඩසටහනක් සඳහා අනුග්‍රහය දක්වන්නේ එය ඔවුන්ට කෙටි කාලීන ව හෝ දිගු කාලීන ව හෝ ප්‍රායෝජනවත් වන්නේ නම් පමණි. වැඩසටහන තුළ එම ප්‍රයෝජනය ඉහළ නැංවීම සඳහා කටයුතු කරන්නට මාධ්‍ය ශ්‍රමිකයන්ට සිදු වේ.

මෙයින් පැහැදිලි වන්නේ මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම, මාධ්‍යවේදීන් හා ග්‍රාහකයා අතර සම්බන්ධය ඉතා සංකීර්ණ වන බව ය. එය මතු පිටින් පෙනෙන හා දැනෙන දෙයට වඩා ගැඹුරු ය. නොපෙනෙන නොදැනෙන හා සඟවන ලද න්‍යාය පත්‍රවලින් සමන්විත ය. එසේ වුව ද කවර මාධ්‍ය ආයතනයක වුව ද පැවැත්ම රඳා පවතිනුයේ ග්‍රාහකයා මත ය.

ග්‍රාහකයා බුද්ධිමත් නම්, මාධ්‍ය හා වැඩසටහන් තෝරාගෙන පරිහරණය කරන්නේ නම්, කිසිදු මාධ්‍යයකට ග්‍රාහක මතය ඉක්මවා යා නොහැකි ය. ඒ නිසා රටක සෑම පුරවැසියකුට ම මාධ්‍ය නිසි ලෙස පරිහරණය කිරීමේ කුසලතාව නොහොත් මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව තිබිය යුතු ය. මෙම වරණීයභාවය ගොඩනගා ගැනීම ග්‍රාහක වගකීමකි.

සමාජයක් යනු ආර්ථික, දේශපාලනික, ආගමික, ජාතික, සංස්කෘතික යනාදි විවිධ වෙනස්කම් සහිත පුද්ගලයන් සම්බන්ධ වන පද්ධතියකි. එකතුවකි. මෙහි විවිධ ලක්ෂණ තුළ යම් ඒකීය සමාජයකට අයත් පොදු පිළිගැනීම්, ප්‍රමිතීන්, සදාචාරයන්, සිරිත් විරිත් ආදිය තිබේ. සමාජය ගමන් කරන දිශාව නිගමනය කරනු ලබන්නේ මේ පොදු භාවය තුළිනි.

ජන මාධ්‍යයේ වගකීමක් වන්නේ මේ පොදු භාවය පවත්වා ගෙන යාම ය. එය යම් සමාජයක පැවැත්ම සඳහා අතිශයින් වැදගත් ය. එසේ ම ඒ තුළ පවතින විවිධත්වය ද ආරක්ෂා කර ගත යුතු ය. ඒ නිසා ජන මාධ්‍ය විසින් මේ පොදු භාවය ද, විවිධත්වය ද ඇමතිය යුතු ය. ප්‍රවර්ධනය කළ යුතු ය.

ජන මාධ්‍ය විසින් කටයුතු කරන ආකාරය බොහෝ විට මෘදු, සියුම්, සංවේදී හා විචිත්‍ර ය. එසේ නොවන්නේ නම් ග්‍රාහක ආකර්ෂණය ලබාගත නොහැකි ය.

4). ජන මාධ්‍ය ආයතන හිමිකම ග්‍රාහකයා කෙරෙහි ඇති කරන බලපෑම

ජන මාධ්‍ය විසින් සිදු කරන බලපෑම ප්‍රබල ය. ඇතැම් විටක මාධ්‍ය විසින් හඳුන්වා දෙන දෑ භාවිත නොකිරීම ජීවිත අසම්පූර්ණවීමක්, තාරුණ්‍යය අහිමිවීමක්, බුද්ධිය මොට කිරීමක් වැනි මානසික ස්වභාවයන් ජන ජීවිතය තුළ ගොඩනගනු ලබයි. මාධ්‍ය ආයතනවල අභිමතය වන්නේ හැකිතාක් උපරිම ආකාරයට ග්‍රාහකයන් සිය මාධ්‍ය වටා ගොනු කර ගැනීම ය.

ව්‍යාපාරික අනුග්‍රහයන්ගෙන් හෝ දායකත්වයෙන් තොර ව කුමන ජන මාධ්‍යයකට හෝ පැවතිය නොහැකි ය. ඒ නිසා ම මාධ්‍ය ආයතන හා හිමිකාරිත්වයට සිදු ව ඇත්තේ ව්‍යාපාරිකයන්ගේ අභිමතයන් අනුව කටයුතු කිරීමට ය. කිසියම් මාධ්‍ය ආයතනයක් ගුණාත්මක තත්ත්වයෙන් උසස් සන්දේශ ඉදිරිපත් කිරීමට කැමැත්තක් දැක්වුව ද, ඒ සඳහා අනුග්‍රාහකයන් සොයා ගැනීමට දුෂ්කර වන අවස්ථා ඇත. සමාජයේ යහපත උදෙසා ග්‍රාහකයන් වෙත විශාල බලපෑමක් ඇති කිරීමට ජන මාධ්‍යයන්ට හැකියාවක් ඇත. ශ්‍රී ලාංකික ජන සමාජයේ ශුභ සිද්ධිය සඳහා අවශ්‍ය ආකල්ප, දැනුම සහ කුසලතා වර්ධනය සඳහා බලවත් ලෙස කටයුතු කිරීම ජන මාධ්‍ය සතු වගකීමකි.

4.3 ජන මාධ්‍ය ආයතන හා රජය

රටක නිල පාලනය අයත් වන්නේ රජයට ය. මහජන මතය කෙරෙහි බලපෑමට ජන මාධ්‍ය සතු ව විශාල බලයක් ඇත. තරගකාරී ව තම මාධ්‍ය කටයුතු මෙහෙයවන විටක සාපේක්ෂ ව විවිධ ආකාරයෙන් මහජන මතය මෙහෙයවීමේ හැකියාව ජන මාධ්‍යයට ලැබේ. මෙහි දී,

1. රජයට හිතකර ව කටයුතු කරන මාධ්‍ය ද,
2. රජයට එරෙහි ව කටයුතු කරන මාධ්‍ය ද,
3. සමබර ව කටයුතු කරන මාධ්‍ය ද තිබෙන්නට පුළුවන.

කුමන රජයක වුව ද අභිලාෂය වන්නේ මහජන මතය රජයට හිතකර ලෙස පවත්වා ගෙන යා හැකි පරිදි ජන මාධ්‍ය කටයුතු ක්‍රියාත්මක වනවා දකින්නට ය. එහෙත් අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහස ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් ම තහවුරු කර ඇති ශ්‍රී ලංකාව තුළ ජන මාධ්‍ය හැසිරවීමට රජයකට ඇති හැකියාව සීමා සහිත ය. රජයක් යනු හැමවිට ම කිසියම් දේශපාලන මතවාදයක් සමග පවතින්නකි. සමාජයක් තුළ විවිධාකාරයේ දේශපාලන මතවාද තිබෙන අතර, ඒවා විවිධ ආකාරයෙන් සමාජය තුළ නිරූපණය වේ. එවිට ජන මාධ්‍යය ද මේ නිරූපණයේ කොටසක් බවට පත්වීම වැළැක්විය නොහැකි ය.

රජයේ දේශපාලන මතවාදය පිළිගන්නා ජන මාධ්‍ය මෙන් ම එයට එරෙහි වූ වෙනත් දේශපාලන මතවාද පිළිගන්නා ජන මාධ්‍යය ද තිබෙන්නට පුළුවන. එය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක අනිවාර්ය ලක්ෂණයකි. එබැවින් රජයට හිතකර ව ජන මාධ්‍ය කටයුතු කරන්නේ යැයි සිතිය නොහැකි ය.

මේ ආකාරයෙන් විවිධ මතවාද ජන මාධ්‍ය මගින් සමාජගත කිරීම සමග සිදු වන්නේ මහජනතාව මේවායේ සත්‍යය හා යථාර්ථය තෝරා ගන්නට පෙලඹීම යි. රජයකට වැදගත් වන්නේ මෙසේ ජනතාව තුළ පවත්නා හැකියාව යි. ඒ නිසා රජය හා ජන මාධ්‍ය අතර සම්බන්ධය අර්ථකථනය කළ හැක්කේ, සමාජය ජනතාවගේ විචාරශීලී චින්තනය කුමන මට්ටමක පවතින්නේ ද යන්න නිර්ණායකයක් ලෙස ගනිමිනි.

1). ජන මාධ්‍ය ආයතනයන්හි වාණිජ අරමුණු

ජන මාධ්‍ය ආයතනයක් පිහිටුවීමේ අරමුණ විය යුත්තේ සමාජ මෙහෙවරක් ඉටු කිරීමයි. නමුත්, ජන මාධ්‍ය ආයතනයක් යනු නිසැක ව ම ව්‍යාපාරයකි. එය ආදායම් හා වියදම් පාදක කර ගෙන ක්‍රියාත්මක වේ. එහි ප්‍රතිඵලය වන්නේ ලාභ හෝ අලාභ හෝ ලැබීම ය. කිසිදු ව්‍යාපාරයකට අලාභ ලබමින් ව්‍යාපාරයක් පවත්වා ගෙන යා නොහැකි ය. කුමන ව්‍යාපාරයක් වුව ද ලාභ ලබන්නේ අලෙවි කටයුතුවලිනි. ජන මාධ්‍ය ආයතනයකට වුව ද මේ කරුණ සාධාරණ වේ.

මාධ්‍ය ආයතනයක් පවත්වා ගෙන යාම සඳහා නඩත්තු වියදම් දැරීමට සිදුවේ. උදාහරණයක් ලෙස පුවත්පත් ආයතන සඳහා මුද්‍රණ යන්ත්‍ර ද, ගුවන් විදුලි හා රූපවාහිනී ආයතනවල රාජ්‍ය බදු, තාක්ෂණික උපකරණ, වේතන, නඩත්තු හා නිෂ්පාදන වියදම ලෙස ද විශාල ප්‍රාග්ධනයක් අවශ්‍ය වේ. මාධ්‍ය ආයතන සඳහා අවශ්‍ය වන මෙම වියදම් පියවා ගැනීම ග්‍රාහකයා මගින් පමණක් සිදුකළ නොහැකිය. එසේ සිදු කිරීමට උත්සාහ කළ හොත් පුවත්පතක මිල, සාමාන්‍ය ග්‍රාහකයෙකුට මිලදී ගත නොහැකි තරම් මිල වනු ඇත. මෙය වළක්වා ගැනීමට සිදුකරන්නේ පුවත්පතේ මුද්‍රණ වියදම් වෙනත් ආකාරයකින් පියවා ගැනීමයි. මාධ්‍ය ආයතනවලට වෙළෙඳ දැන්වීම් මත රඳා පැවතීමට සිදුවන්නේ මේ නිසාය.

මේ හේතුවෙන්, පුවත්පත් ආයතන තම පුවත්පත්වල ඉඩකඩ අලෙවි කරයි. ගුවන් විදුලි ආයතන ගුවන් කාලය අලෙවි කරයි. රූපවාහිනී ආයතන රූපවාහිනියේ විකාශන කාලය අලෙවි කරයි. මේ ආකාරයට ආදායම උපයා ගැනීමට මාධ්‍ය ආයතනවලට සිදු වී ඇත. මේ අනුව, මාධ්‍ය ආයතනයක් පවත්වා ගෙන යාමේදී වාණිජ අරමුණු ඉටු කරගැනීම ද එහි එක්තරා තීරණාත්මක සාධකයක් බවට පත් වී ඇත.

2). ජන මාධ්‍ය ආයතන හා රාජ්‍ය අරමුණු අතර සහසම්බන්ධය

රාජ්‍ය අරමුණු යන්න දේශපාලන අරමුණු වේ. එයට හේතුව ඕනෑ ම රජයක් බවට පත්වන්නේ කිසියම් දේශපාලන කණ්ඩායමක් වන නිසා ය. එය එක් තනි පක්ෂයක් හෝ පක්ෂ කිහිපයකින් සැදි සන්ධානයක් හෝ විය හැකි ය. ඕනෑ ම රජයක තිබිය හැකි ප්‍රධාන අරමුණු හතරක් මෙසේ පෙළ ගස්වන්නට පුළුවන.

1. **රජය ස්ථාවර ව පවත්වා ගෙන යාම**
2. **විවිධ සංවර්ධන සැලසුම් සම්පාදනය හා ක්‍රියාත්මක කිරීම**
3. **මහජන මතය තමන් කෙරෙහි හිතකර ව පවත්වා ගෙන යාම**
4. **රජයේ දේශපාලන ප්‍රතිපත්තිය හා දර්ශනය මහජනයා තුළ තහවුරු කිරීම**

මේවා රජයක පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය සාධකයන් ය. එම අරමුණු ඉටු කර ගැනීමට අවශ්‍ය සන්දේශ සමාජ ගත කිරීමේ අයිතිය ඇත්තේ ජන මාධ්‍ය සතු ව ය. රජයේ මාධ්‍ය මේ අරමුණු සඳහා ඍජු ව යොදවා ගැනීමේ හැකියාව රජයට පවතී. එහෙත් රජයට අයත් නො වන පෞද්ගලික ජන මාධ්‍ය මේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා යොදවා ගැනීම පහසු කටයුත්තක් නො වේ. එයට හේතුව ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවෙන් හිමි කර දී ඇති අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහස අනුව තම අභිමතය පරිදි රජය විවේචනය කිරීමට, රජයේ සංවර්ධන කටයුතු විවේචනය කිරීමට, යම් යම් දූෂණ හා අක්‍රමිකතා සිදු වන ස්ථාන හා ඒවාට සම්බන්ධ පුද්ගලයන් හෙළිදරව් කිරීම සඳහා තම අභිමතය පරිදි කටයුතු කරන්නට ජන මාධ්‍යයට හැකි ය. එවැනි හෙළිදරව් කිරීම් නිසා මහජන මතය රජයට හිතකර ව පවත්වා ගෙන යාම සමහර විට අසීරු විය හැකි ය.

ඇතැම් අවස්ථාවන්හි රජයේ සංවර්ධන ව්‍යාපෘති සම්බන්ධ ව ජනතාවගේ කැමැත්ත මෙන් ම විවේචන ද එල්ල විය හැකි ය. තවත් විටෙක ජනතාව විරෝධය හා ප්‍රචණ්ඩත්වය කරා යොමු වන්නට පුළුවන. යම් යම් සිදු වීම් වන විට ඒවා වාර්තා කිරීම, ඒවා විශ්ලේෂණය කිරීම හා ඒ පිළිබඳ ව මහජන මතය අවදි කිරීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමකි. වගකීමකි. ජන මාධ්‍යය රටක සිවුවන ආණ්ඩුව ලෙස සලකන්නේ ඒ නිසා ය. (ව්‍යවස්ථාදායකය, විධායකය, අධිකරණය පළමු, දෙවන හා තුන්වන ආණ්ඩු ලෙස සැලකේ.)

රජය ද හැකි සෑම අවස්ථාවක දී ම මාධ්‍ය සාකච්ඡා පවත්වමින් ඒ ඒ කරුණු, ගැටලු, චෝදනා, ක්‍රියාත්මක කටයුතු ආදිය පිළිබඳ තොරතුරු මාධ්‍ය වෙත නිල වශයෙන් ලබා දෙයි. කැබිනට් තීරණ හා ප්‍රවෘත්ති දෙපාර්තමේන්තුවේ නිවේදන හා ප්‍රවෘත්ති අමාත්‍යවරයාගේ මාධ්‍ය සාකච්ඡා මෙහි දී වැදගත් තැනක් ගනී. මේවා මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන අතර ම, ඒ පිළිබඳ ව ප්‍රශ්න කිරීමට ද, ඒවා ප්‍රතික්ෂේප කිරීමට ද, ඒවා විවේචනය කිරීමට ද මාධ්‍ය ආයතන කටයුතු කරයි. මෙය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක මාධ්‍යයේ ස්වභාවය යි.

රජයේ මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රධානතම කාර්යය වන්නේ රජය පිළිබඳ යහපත් හා හිතකර ජනමතයක් නිර්මාණය කිරීම ය. මෙහි දී ඔවුන් රජය උත්කර්ෂයෙන් වර්ණනා කිරීමට යොමු වුවහොත් එම මාධ්‍යයෙන් ජනතාව ඉවත් වේ. එය මාධ්‍යයේ පැවැත්මට ගැටලුවකි. එනිසා ම රාජ්‍ය මාධ්‍යයන්ට ද කිසියම් සමබර ආකාරයකට විවේචනාත්මක මාධ්‍ය භාවිතයක් පවත්වා ගෙන යන්නට සිදු වේ. අවසාන අර්ථයේ දී ගත්විට වැටහෙන්නේ රට ගොඩනැගීමේ කාර්යය රජය ගෙන යන අතර ම, ජන මාධ්‍ය විසින් ද කරනු ලබන්නේ රට ගොඩනැගීමේ කාර්යය බව ය. එය යම් රටක ජන මාධ්‍යයේ අවසාන වගකීම යි.

3). ජන මාධ්‍ය ආයතන ක්‍රියාකාරිත්වය කෙරෙහි රජයේ යුතුකම් හා වගකීම්

පරමාදර්ශී වශයෙන් අර්ථ දක්වන්නේ නම් ඕනෑ ම ජන මාධ්‍යයක් අවසානයේ දී සේවය කරන්නේ මහජනතාවට ය. ප්‍රායෝගික වශයෙන් එහි යම් යම් වෙනස් ස්වභාවයක් තිබෙන්නට පුළුවන. එසේ වුවත් අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමට ඇති අයිතිය යටතේ මහජනතාවගේ දැන ගැනීම සඳහා යම් යම් දේ ඉදිරිපත් කරන්නට ජන මාධ්‍යයට ඇති අයිතිය ඕනෑ ම රජයක් විසින් පිළිගනු ලැබේ. එබැවින් රජයක යුතුකම වන්නේ ඒ අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතිය රාජ්‍යයේ (රජයේ නොවේ) හිත සුව පිණිස භාවිත කිරීමට අවශ්‍ය පරිසරය නිර්මාණය කර දීම ය. දේශපාලනඥයන්ගේ හෝ රාජ්‍ය ආයතනවල හෝ රාජ්‍ය නිලධාරින්ගේ හෝ දූෂණ, වංචා හා අකාර්යක්ෂමතාවක් ඇත්නම් ඒ පිළිබඳ තොරතුරු මහජනතාව වෙත ඉදිරිපත් කිරීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමක් හා වගකීමක් බව ලෝකය පුරා පිළිගත් කරුණකි.

මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය කෙරෙහි රජය ඍජු ව මැදිහත් වන්නේ ඉතා අව ම වශයෙනි. එයට හේතුව ඍජු මැදිහත් වීම් මගින් ජන මාධ්‍ය ආයතනවල අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ අයිතියට බාධා ඇති වන බැවිනි. එය ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවේ දැක්වෙන අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහසට පටහැනි වේ. එපමණක් නොව ලොව පුරා අදහස් ප්‍රකාශ කිරීමේ නිදහස හෙවත් විශේෂයෙන් මාධ්‍ය නිදහස පිළිබඳ ජාත්‍යන්තර මතවාදයක් ඇති නිසා මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය හැසිරවීම සඳහා ඍජු ව මැදිහත් වීමට රජයකට ඇත්තේ ඉතා සීමිත අවස්ථා කිහිපයකි.

4). මාධ්‍ය ක්‍රියාකාරිත්වය කෙරෙහි රජයේ ඍජු හා වක්‍ර මැදිහත්වීම්

1. විදුලි සන්දේශ නියාමන කොමිෂන් සභාව විසින් ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී නාලිකා සඳහා බලපත්‍ර ලබා දීම, ක්‍රියාත්මක කිරීමට අදාළ ව කොන්දේසි, නියමයන් පැනවීම හා ඒ අනුව කටයුතු නොකිරීම මත අවවාද කිරීම, උපදෙස් දීම හෝ සේවාවන් අත්හිටුවීම
2. ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාව මගින් ම බලය ලබා දී ඇති ආකාරයට විශේෂ අවස්ථා, එනම් හදිසි අවස්ථා, රටේ සාමය කඩවීම හා අරගල ඇති වීම වැළැක්වීම හා ත්‍රස්තවාදය වැළැක්වීම වැනි අවස්ථාවල දී සියලු ජන මාධ්‍යයන්ගේ ප්‍රවෘත්ති හා වෙනත් සන්දේශ පාලනය කිරීම
3. ජාතික ආරක්ෂාවට හානිකර ලෙස කටයුතු කරන විටක ජන මාධ්‍ය ආයතනයක් රජයට පවරා ගැනීම, තාවකාලික ව තහනම් කිරීම හා මුද්‍රා තැබීම
4. යම් යම් නියමයන් යටතේ බදු පැනවීම. මෙයට උදාහරණයක් ලෙස ඉන්දීය ටෙලිනාට්‍ය හඬ කවා විකාශනය කිරීම සඳහා ඉහළ බද්දක් පැනවීම දැක්විය හැකි ය.
5. රාජ්‍ය මාධ්‍ය ආයතනවල මාධ්‍යවේදීන් පත් කිරීම හා පරිපාලනය සම්බන්ධයෙන් රජය සතු බලතල අනුව කටයුතු කිරීම ද රජයේ ඍජු මැදිහත් වීමකි. එහෙත් පෞද්ගලික අංශයේ මාධ්‍යවේදීන් කෙරෙහි රජයේ එබඳු මැදිහත් වීමක් නැත.

රජයේ වක්‍ර මැදිහත්වීම් කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය විසින් පුවත්පත් මාධ්‍යවේදීන් සඳහා වූ ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් ප්‍රකාශයට පත් කර තිබීම. ආචාර ධර්ම යනු නීතියක් නොවන අතර කැමැත්තෙන් පිළි පැදිය යුත්තකි.
2. ශ්‍රී ලංකා පුවත්පත් මණ්ඩලය මගින් ජන මාධ්‍යයට එරෙහි මහජන පැමිණිලි භාර ගැනීම හා විභාග කිරීම ද තීන්දු ලබා දීම ද වක්‍ර මැදිහත් වීමකි.
3. මාධ්‍යවේදීන්ට විශේෂ පහසුකම් ලබා දීම ආදිය මගින් මාධ්‍යවේදීන් රජයකට හිතකර මානසිකත්වයකින් පවත්වා ගෙන යන්නට වක්‍ර වශයෙන් මැදිහත් විය හැකි ය. එසේ වුවත් එය රජයක දෝෂයක් ලෙස නොව රජයක මහජන සම්බන්ධතා කාර්යයෙහි යහපත් භාවිතයක් ලෙස දැකිය හැකි ය.

රජය, ජනතාව හා ජන මාධ්‍ය අතර යහපත් සම්බන්ධතාවක් පැවතිය යුතු ය. මේ සම්බන්ධය අවශ්‍ය වන්නේ වෙන් වෙන් ව රජයේ පැවැත්මට හෝ ජනතාවගේ පැවැත්මට හෝ ජන මාධ්‍යයේ පැවැත්මට හෝ නොවේ. රාජ්‍යයේ පැවැත්මට ය.

අභ්‍යාස

ඒකල

1. ශ්‍රී ලංකාවේ ප්‍රකාශයට පත්වන පුවත්පත්වල නම්, ඒවා ප්‍රකාශයට පත් කරන ආයතනය හා එහි ලිපිනය, දුරකථන අංකය, ෆැක්ස් අංකය, විද්‍යුත් ලිපිනය හා වෙබ් ලිපිනය ඇතුළත් ලේඛනයක් සකස් කරන්න.
2. ශ්‍රී ලංකාවේ විකාශ වන ගුවන්විදුලි නාලිකාවල නම්, ඒවා ප්‍රකාශයට පත් කරන ආයතනය හා එහි ලිපිනය, දුරකථන අංකය, ෆැක්ස් අංකය, විද්‍යුත් ලිපිනය හා වෙබ් ලිපිනය ඇතුළත් ලේඛනයක් සකස් කරන්න.
3. ශ්‍රී ලංකාවේ විකාශ වන රූපවාහිනී නාලිකාවල නම්, ඒවා ප්‍රකාශයට පත් කරන ආයතනය හා එහි ලිපිනය, දුරකථන අංකය, ෆැක්ස් අංකය, විද්‍යුත් ලිපිනය හා වෙබ් ලිපිනය ඇතුළත් ලේඛනයක් සකස් කරන්න.
4. ඔබ කැමති එක් පුවත්පතක්, ගුවන්විදුලි නාලිකාවක් හෝ රූපවාහිනී නාලිකාවක් තෝරා ගෙන ඒ පිළිබඳ විස්තර හැකිතාක් සපයා ගන්න. එම තොරතුරු ඇතුළත් කරමින් පොත් පිංචක් සකස් කරන්න.
5. සතියක සිංහල/දෙමළ, ඉංග්‍රීසි පුවත්පත් කිහිපයක් අධ්‍යයනය කරන්න. ඒවායේ මුල් පිටුවේ ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්තිය කුමක්ද? එය වාර්තා කර ඇත්තේ කවුරුන්ද? එයට යොදා ඇති මාතෘකා මොනවාද? ආදිය ඇතුළත් විග්‍රහාත්මක වාර්තාවක් සකස් කරන්න.

සමූහ

1. කුඩා කණ්ඩායමක් ලෙස එක් ව එක් පුවත්පතක් හෝ ගුවන්විදුලි නාලිකාවක් හෝ රූපවාහිනී නාලිකාවක් හෝ තෝරා ගන්න. සතියක කාලයක් ඒ පිළිබඳ ව වෙන් වෙන් ව අධ්‍යයනය කරන්න. තොරතුරු රැස්කර ගන්න. එහි මාධ්‍ය කටයුතු ක්‍රියාත්මක වන ආකාරය ගැන එක් ව සාකච්ඡා කරන්න. ඒ අනුව ඒ පිළිබඳ කුඩා වාර්තාවක් සකස් කර පන්තියට ඉදිරිපත් කරන්න.

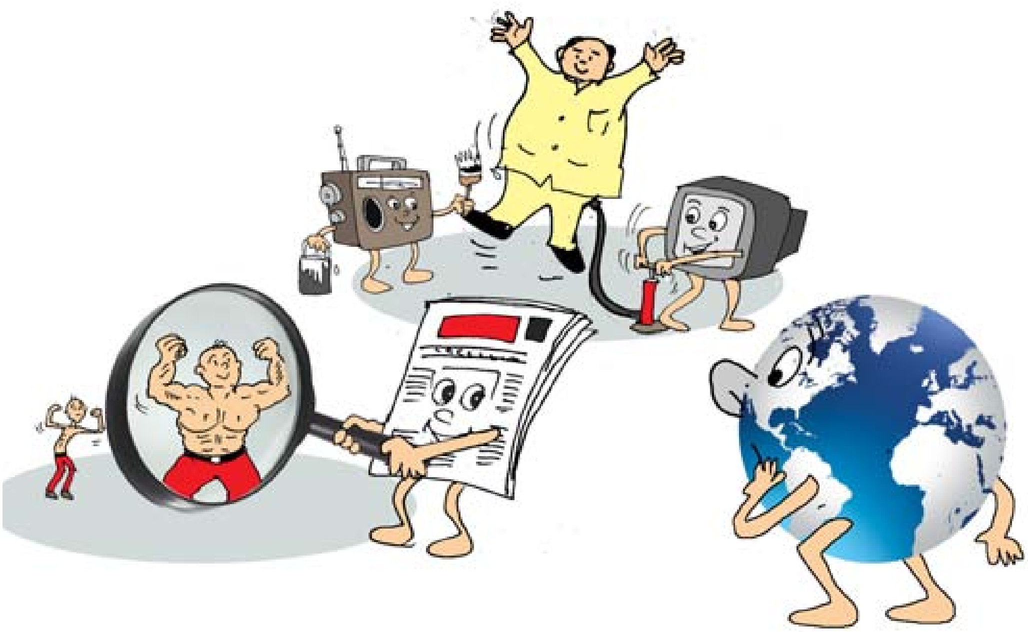
2. කුඩා කණ්ඩායමක් ලෙස එක් ව වැඩිහිටියන් දහ දෙනෙකු මුණ ගැසී ජන මාධ්‍යයෙන් ඇති වන බලපෑම පිළිබඳ ව ඔවුන් සමග සාකච්ඡා කරන්න. ඒ පිළිබඳ ව ඔවුන් දක්වන මතය ලේඛන ගත කරන්න. ඒවා එක් කර වාර්තාවක් සකස් කරන්න. එය පන්තියට ඉදිරිපත් කරන්න.

3. කණ්ඩායමක් වශයෙන් සාකච්ඡා කර පුවත්පත් ආයතනයක් හෝ ගුවන්විදුලි ආයතනයක් හෝ රූපවාහිනී ආයතනයක් හෝ තෝරා ගන්න. එහි සංවිධාන සැලැස්ම පිළිබඳ තොරතුරු සපයා ගැනීමට නිල ක්‍රමවේදයක් භාවිත කරන්න. එම සැලැස්ම බ්‍රිස්ටල් බෝඩ් එකක සුන්දර ව ප්‍රතිනිර්මාණය කරන්න. එය පන්තියේ ප්‍රදර්ශනය කරන්න.



4.13 රූපය

05 ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය



අභිමතාර්ථ

පුවත්පත් ද, ගුවන්විදුලිය ද, රූපවාහිනිය ද තරගකාරී නව මාධ්‍ය ආකෘති නිර්මාණය කරන්නේ ග්‍රාහකයා ආකර්ෂණය කර ගැනීමේ පරමාර්ථයෙනි. මේ නිසා ජන මාධ්‍ය විසින් තමන් වෙත ඉදිරිපත් කරන්නේ කුමක් ද ඒ තුළ නියෝජනය වන විවිධාර්ථයන් කවරේ ද යන්න පිළිබඳ ව අවධානය යොමු කරන්නට ග්‍රාහකයා අවධානය යොමු කළ යුතුය.

මාධ්‍ය සන්දේශ අන්තර්ගතයෙහි සමාජය, ආර්ථිකය, ආගම හා සදාචාරය සහ සෞන්දර්යය නියෝජනය වන්නේ කෙසේ දැයි අධ්‍යයනය කිරීම ග්‍රාහකයකු සතු මග හැරිය නො හැකි කාර්යයකි. ඒ පිළිබඳ විෂයාත්මක කරුණු පාදක කර ගෙන, විවිධ මාධ්‍ය සන්දේශ තුළ එම විෂයාත්මක කරුණු කෙසේ නියෝජනය වන්නේදැයි හැදෑරිය යුතු ය. එය කට පාඩම් කළ හැක්කක් නො වේ. මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට සමගාමී ව මේ නියෝජනය විමර්ශනය සිදු විය යුතු ය. එය විචාරශීලී ග්‍රාහකයකු ගේ ලක්ෂණයකි.

5. ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය

5.0 ප්‍රවේශය

දිනපතා පුවත්පතක මුල් පිටුවේ ප්‍රධාන ප්‍රවෘත්තිය නියෝජනය කරන්නේ කුමක් ද? දේශපාලනය, සංවර්ධනය, ජාත්‍යන්තර කටයුතු, අපරාධ, දූෂණ හා අක්‍රමිකතා, අධ්‍යාපනය හෝ වෙළෙඳාම හෝ විය හැකි ය.

ගුවන්විදුලියේ ගීත ශ්‍රවණය කිරීමේ දී ඒ තුළ ආදරය, ශෘංගාරය, දේශානුරාගය, වැඩ ලෝකය, ශ්‍රමාභිමානය, කාන්තාව, ළමයින් ආදි විවිධ අංශ නියෝජනය වෙයි. විදේශීය නියෝජනය මෙන් ද ඒ තුළ දේශීයත්වය, බටහිරකරණය හා ඉන්දියානුකරණය ද නියෝජනය වෙයි.

රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නැරඹීමේ දී එහි චරිත, සිද්ධි හා පසුබිම කුමක් නියෝජනය කරයි ද? පන්ති භේදය, ජාතිකත්වය, ආගමික ස්වරූප, දේශීය සංස්කෘතිය, ඉන්දීය සංස්කෘතිය හෝ දේශපාලනය හෝ ඒ තුළ නියෝජනය විය හැකිය. එය සැබෑ නියෝජනයක් ද? එම රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ සැකය හා අවිශ්වාසය, නොහික්මුණුකම, කපටිකම, ආදරය, දේශානුරාගය, උත්සාහය ආදී විවිධ ගුණයන් ද නියෝජනය වීමට ඉඩ ඇත. මේ අරුත් ගැන්වීම් අපගේ සමාජයේ සැබෑ නියෝජනයක් ද එසේ නැත්නම් කෘත්‍රිම හා සාවද්‍ය නියෝජනයක් ද යන්න ග්‍රාහකයා විසින් තේරුම් ගත යුතු ය.

සෑම මාධ්‍ය සන්දේශයක ම නියෝජනය පවතින්නේ සැඟවුණු ස්වභාවයෙනි. එය අනාවරණය කර ගත හැක්කේ ග්‍රාහකයා එම සන්දේශය අර්ථ ගන්වන ආකාරය අනුව ය. ඒ අනුව සමාජය, ආර්ථික කටයුතු, ආගමික හා සදාචාරාත්මක කටයුතු හා සෞන්දර්යාත්මක කාර්යයන් පිළිබඳ ව ග්‍රාහකයා සතු විචක්ෂණ භාවය පාදක කර ගෙන මේ සැඟවුණු යථාර්ථය අනාවරණය කර ගත හැකි ය. එසේ කළ නොහැකි වුවහොත් අප විසින් මාධ්‍යයෙන් ලබා ගන්නේ සාවද්‍ය අර්ථ කථනයකි. එහි ඉදිරිපත් වන දේ සත්‍යයැයි අපි විශ්වාස කරන්නට පටන් ගන්නෙමු. ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය වැදගත් වන්නේ මේ සත්‍ය, අසත්‍යතාව විනිවිද තේරුම් ගැනීම සඳහා ය.

වෙළෙඳපොළ ආර්ථිකයක් මුල් කර ගත් වර්තමාන සමාජයෙහි ජන මාධ්‍යයට සුවිශේෂ ස්ථානයක් හිමි වෙයි. එදිනෙදා ජීවිතය පවත්වා ගෙන යාමේ දී තොරතුරු සැපයීම, අධ්‍යාපනය ලබා දීම, විනෝදාස්වාදය, පෙලඹවීම හා සංස්කෘතිය පවත්වා ගෙන යාම ආදි විවිධ සන්නිවේදන අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා ජන මාධ්‍ය පරිහරණය කිරීමට අපි පෙලඹී සිටිමු. එනිසා අද වන විට ජන මාධ්‍ය පරිහරණය යන්න ජනතාවගේ මූලික අවශ්‍යතාවක් බවට පත් ව තිබේ.

මානව සමාජය ඉතා සංකීර්ණ වූවකි. විවිධ මානව, සංස්කෘතික, ආධ්‍යාත්මික හා නෛතික බැඳීම් පාදක කර ගෙන අපි මේ සමාජයට අනුගත වී සිටිමු. අප ජීවත් වන සමාජයේ සාමාජිකයකු වශයෙන් බොහෝ විට මේ සබඳතා පිළිබඳ දැනුවත්භාවය ලබා සිටිනවා විය හැකි ය. එසේ නොවුව ද අප සමාජයේ ජීවත් වන්නේ මේ සබඳතා නිසා ය. කෙසේ වුව ද ජන මාධ්‍ය මගින් සිය වැඩසටහන් සමාජගත කිරීම සඳහා තෝරා ගනු ලබන්නේ ද අපට ස්වාභාවික සංසිද්ධියක් සේ දැනෙන මේ සමාජ සම්බන්ධතාවන් ය.

එම නිසා ජන මාධ්‍ය මගින් අපට ලබා දෙන සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගැනීමේ දී අප එම නියෝජනයන් පිළිබඳ ව දැන සිටිය යුතු ය. මාධ්‍ය වැඩසටහන් මගින් අපගේ ජීවිතයට හා සමස්ත සමාජයට සිදු කරන යහපත් හා අයහපත් බලපෑම පිළිබඳ අපට අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වන්නේ එවිට ය. එසේ ඇති කර ගන්නා නිපුණතාවයෙන් අයහපත් මාධ්‍ය බලපෑම්වලින් මිදීමට අපට හැකියාව ලැබේ. එසේ ජන මාධ්‍යයෙහි ඒ ඒ අංශ නියෝජනය ඔස්සේ අදාළ මාධ්‍ය ආයතන ඔවුන් ප්‍රතිපත්ති ක්‍රියාවේ යොදවන ආකාරය පිළිබඳ ව ද අපට අවබෝධයක් ලබා ගත හැකි වේ.

5.1 සමාජීය නියෝජන අධ්‍යයනය

පවුල් සංස්ථාව, ස්ත්‍රී-පුරුෂ සමාජ භාවය, වාර්ගිකත්වය, පුරවැසිභාවය හා මානව හිමිකම් හා වගකීම් යන ක්ෂේත්‍ර පහක් ඔස්සේ සමාජීය නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). පවුල

සමාජයේ කුඩා ම ඒකකය පවුල ය. එය මව හා පියා ද දරුවන් ද යන සාමාජිකයන්ගෙන් සමන්විත ය. එසේත් නැතිනම් මවගේ හෝ පියාගේ හෝ මව්-පියවරුන් ද, සහෝදර-සහෝදරියන් ද එක ම නිවසක ජීවත් වන්නට පුළුවන. සමාජයක පැවැත්මට අවශ්‍ය කරන පරම්පරාව පවත්වා ගෙන යාම, පවුලේ සාමාජිකයන් පෝෂණය කිරීම, හොඳ-නරක, සිරිත් විරිත්, සමාජ සම්මතයන් ආදිය පිළිබඳ ව පවුලේ නව සාමාජිකයන් දැනුවත් කිරීම, සමගි ව සහයෝගයෙන් ගෘහයක් තුළ වාසය කිරීම ආදී කරුණු පවුලකින් ඉටු වෙයි. මේ සබඳතා පවත්වා ගෙන යාමේ දී පවුලක දකින්නට ලැබෙන ආරක්ෂාව, ආදරය, කරුණාව, විශ්වාසය, සමීප බව හා අන්‍යෝන්‍ය අවබෝධය ආදී විවිධ ගුණාංග පවුල තුළ තිබිය යුතු බව සමාජයේ පිළි ගැනීම ය.

පුවත්පත්වල ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංගවලින්, රූපවාහිනී හා ගුවන්විදුලි නාට්‍යවලින් හා ගීතවලින් නියෝජනය වන්නේ පවුලේ කුමන ගුණාංග දැයි අධ්‍යයනය කරන්න.

1. බහුතරයක් රූපවාහිනී නාට්‍ය හා පුවත්පත් විශේෂාංග සඳහා මූලික කර ගෙන ඇත්තේ පවුල ය. එහි දී පවුලේ සාමාජිකයන් අතර පවත්නා සම්බන්ධතා නිරූපණය වන්නේ කෙසේ ද? බොහෝ විට අප්‍රසන්න ලෙස එකිනෙකා ආමන්ත්‍රණය කර ගැනීම, පරුෂ වචනයෙන් කතා කිරීම, එකිනෙකා කෙරෙහි අවිශ්වාසය හා සැකය, සොරකම හා වංචාව, අකාරුණාවන්ත කම, එකිනෙකා කෙරෙහි ගෞරවයක් නැති කම ආදි ගතිලක්ෂණ මෙම මාධ්‍යවලින් නියෝජනය වේ ද? ඒවා සමාජීය යථාර්ථය ද?
2. ගම්පෙරළිය, කළුවර ගෙදර වැනි නවකතා ඇසුරින් නිර්මාණය කරන ලද රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ එම පවුල්වල පොදු ලක්ෂණ මෙන් ම විශේෂ ලක්ෂණ ද මැනවින් නිරූපණය වේද?
3. ගීත තුළ ද පවුල විවිධාකාරයෙන් නිරූපණය වේ. එහි පොදු ලක්ෂණ ද, විශේෂ ලක්ෂණ ද අන්තර්ගත ය.

4. මාධ්‍ය තුළ වෙළෙඳ දැන්වීම්වලින් පෙන්වන පවුල හා සැබෑ ජීවිතයේ පවුල අතර සමානතා පවතීද?
5. රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ ශ්‍රී ලාංකික පවුල්වල ප්‍රවර්ධනය කළ යුතු පොදු ගුණාංග මේ නාට්‍ය තුළ සමබර ව නියෝජනය වේද?
6. පුවත්පත්වල විශේෂාංග ලිපිවලින් පවුල නියෝජනය වන්නේ කෙසේද? නිතර අපරාධ වංචා දූෂණ ගැන සඳහන් කිරීමෙන් ලාංකික පවුල් සියල්ල එසේ යැයි වැරදි හැඟීමක් ඇතිවේද?

2). ස්ත්‍රීපුරුෂ සමාජ භාවය

ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය යනු ජීව විද්‍යාත්මක සංකල්පයකි. එනම් ස්ත්‍රිය හා පුරුෂයා ජීව විද්‍යාත්මක ව වෙනස් බව ය. එහෙත් සමාජය තුළ දී හා සාමාජීය කාර්යයන් වන රැකියාව, දේශපාලනය, ආර්ථික කටයුතු, ආගමික කටයුතු, සංස්කෘතික කටයුතු හා අධ්‍යාපනය ආදියේ දී ස්ත්‍රිය හා පුරුෂයා සමාන ව සැලකෙන බව ස්ත්‍රී - පුරුෂ සමාජ භාවය යන්නෙන් අදහස් වේ. මෙහි දී අධ්‍යාපනය හා රැකියාව ඉතා වැදගත් සාධක දෙකකි.

ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ භාවය යනු සමාජ විද්‍යාත්මක සංකල්පයකි. සාම්ප්‍රදායික සමාජය තුළ ස්ත්‍රියට හා පුරුෂයාට වෙන් වෙන් ව කාර්යයන් පවරා දී තිබුණි. නූතන සමාජය තුළ එහි ස්වරූපයන් වෙනස් වී තිබේ. සාම්ප්‍රදයිකව තිබූ සමාජ තත්ත්වයන්ගේ සහ කාර්ය භාර්යන්ගේ සංකීර්ණ තත්වයක් අද ගොඩ නැගී තිබේ.

ස්ත්‍රී පුරුෂ සමාජ භාවය දියුණු සමාජයකට උචිත සංකල්පයකි. මෙය සමාජගත කිරීම ජන මාධ්‍යයේ වගකීමකි. කෘෂිකාර්මික සංස්කෘතියක් තුළ මෙහි යම් යම් සීමාවන් දකින්නට ලැබුණත්, එහි දී ද සාම්ප්‍රදායික අනර්ථකාරී ආකල්පයන්ගෙන් මිදී කටයුතු කරන්නට අවශ්‍ය මග පෙන්වීම ජන මාධ්‍ය විසින් ස්ත්‍රියට හා පුරුෂයාට ලබා දිය යුතු ය. එම සංකල්පය දරුවන් තුළ ද පෝෂණය විය යුත්තේ ය.

- පුවත්පත් කාටුන් චිත්‍රවලින් කාන්තාව මෙන්ම පිරිමියා ද හාස්‍යයට ලක් කිරීම සිදුවේද? කාටුන් චිත්‍රයක් බලා එහි ඇති වගන්ති කියවන ඔබ තුළ ඔවුන් පිළිබඳ ව ඇති වන ආකල්පය මව, පියා, සහෝදරිය යන අය පිළිබඳ යහපත් විය යුතුය.
- පවුලේ ටෙලි නාට්‍ය තුළ ස්ත්‍රිය හා පුරුෂයා නිරූපණය වන්නේ සාම්ප්‍රදායික ස්වරූපයෙන් ද එසේත් නැතිනම් වඩාත් දියුණු සංකල්පය සහිතව ද යන්න අධ්‍යයනය කරන්න.
- ළමයින් යොදා ගෙන නිර්මාණය කරනු ලබන රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ පිරිමි ළමයින් හා ගැහැනු ළමයින් සම්බන්ධයෙන් ගොඩනංවන ආකල්පය කුමක් ද? එය සාම්ප්‍රදායික එකක් ද? එසේත් නැතිනම් වඩාත් සංවර්ධනාත්මක වූ එකක් ද? එය ගැහැනු - පිරිමි දෙපක්ෂයට ම අනාගත ජීවිතය ගොඩ නංවා ගැනීමට මග පෙන්වීමක් වන්නේ දැයි ඔබ අවධානයෙන් අධ්‍යයනය කරන්න.

3). වාර්ගිකත්වය

ජන වර්ගයක් යනු එකම භාෂාවක් හෝ එකම ආගමක් හෝ පිළි ගත් පොදු සංස්කෘතියකින් එක් ව ජීවත් වන ජන සමූහයකි. ශ්‍රී ලංකාවේ ජන වර්ගයන් අධ්‍යයනය කළ විට පහත සඳහන් ලක්ෂණ දකින්නට පුළුවන.

1. සිංහල, දෙමළ, හින්දු, මුස්ලිම්, බර්ගර් ආදි විවිධ ජන වර්ගයන් ලංකාවේ ජීවත් වේ.
2. බුද්ධාගම, හින්දු ආගම, කතෝලික ආගම හා ඉස්ලාම් ආගම ප්‍රධාන ආගම් ලෙස ශ්‍රී ලාංකිකයෝ අදහති.
3. සිංහල, දෙමළ මෙන් ම බර්ගර් ජනයා ද බුද්ධාගම අදහති.
4. සිංහල, දෙමළ මෙන් ම බර්ගර් ජනයා ද කතෝලික ආගම අදහති.
5. ඉස්ලාම් ආගම අදහන්නන් අතරට සිංහල හා දෙමළ ජාතික තැනැත්තෝ ද එක් වෙති.
6. බොහෝවිට සිංහල ජනයා සිංහල භාෂාව ද, දෙමළ ජනයා දෙමළ භාෂාව ද, මුස්ලිම් ජනයා සිංහල හෝ දෙමළ භාෂාව ද භාවිත කරති.
7. සිංහල, දෙමළ, මුස්ලිම් ජනතාව විවිධ මට්ටම්වලින් සිංහල දෙමළ සහ ඉංග්‍රීසි භාෂාව භාවිත කරති.
8. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා බොහෝ විට වෙන් වෙන් ව හඳුනා ගත හැකි ආකාරයෙන් ඇඳුම් පැළඳුම් අඳිති.
9. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයාගේ සංස්කෘතිකාංග එකිනෙකට වෙනස් ය. ඔවුන්ගේ ආගමික ස්ථාන ද වෙනස් ය. ආගමික ඇදහීම් ද වෙනස් ය. සියල්ලෝ ම තමන්ගේ ආගමට ගරු කරති.
10. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් වශයෙන් පාසල් වෙන් කර ගෙන තිබේ. එහෙත් සමහර පාසල්වල මේ තුන් වර්ගය ම එකට ඉගෙන ගනිති.
11. දේශපාලනය තුළ ද සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් වශයෙන් තුලනාත්මක නියෝජනයක් පවතී.
12. රජයේ හා පෞද්ගලික අංශයේ කාර්යාලවල හා වෙනත් කර්මාන්තශාලාවල සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් යන වර්ග තුන ම අඩු වැඩි වශයෙන් එක් ව සේවය කරති.
13. බස් රථවල දී ද, මහ මගෙහි දී ද, වෙළෙඳසැල්වල දී ද සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා අඩු වැඩි වශයෙන් සිටිති. හමු වෙති. කතා කරති.
14. සිංහල, දෙමළ හා මුස්ලිම් ජන වර්ගයන්ගේ ද, බෞද්ධ, හින්දු හා ඉස්ලාම් ආගමිකයන්ගේ ද වාර්ෂික සංස්කෘතික උත්සව උත්කර්ෂවත් ව පැවැත්වේ.
    - මේ ලක්ෂණ ශ්‍රී ලාංකික ජන මාධ්‍යයෙන් නියෝජනය වන්නේ කෙසේදැයි අධ්‍යයනය කරන්න. එහි දී පහත සඳහන් අවස්ථා කෙරෙහි අවධානය යොමු කළ හැකි ය.
    - සිංහල මාධ්‍ය විද්‍යුත් නාලිකාවල හා පුවත්පත්වල දෙමළ හා මුස්ලිම් ප්‍රදේශවලට අදාළ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස පළ වේද? දෙමළ හා මුස්ලිම් ජනයා වෙනුවෙන් පුවත්පත් විශේෂාංග, ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී විශේෂාංග පල වේද?

- දෙමළ මාධ්‍ය විද්‍යුත් නාලිකාවල හා පුවත්පත්වල සිංහල ප්‍රදේශවලට හා සිංහල ජනයාට අදාළ ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස පළ වේද?
- සිංහල ජන මාධ්‍ය විසින් දෙමළ හා මුස්ලිම් ආගමික හා සංස්කෘතික කටයුතු ද, දෙමළ ජන මාධ්‍ය විසින් සිංහල හා මුස්ලිම් ආගමික හා සංස්කෘතික කටයුතු ද පිළිබඳ විශේෂාංග ඒ ඒ කාලවල දී ඉදිරිපත් කරනු ලබයි ද?

4). පුරවැසිභාවය

පුරවැසියා යනු යම් නීත්‍යානුකූල දේශසීමාවක් තුළ නීත්‍යානුකූල ව ජීවත් වන තැනැත්තෙකි. ඒ අනුව රාජ්‍යයක් නිර්මාණය වී ඇත්තේ එවැනි පුරවැසියන් සමූහයකිනි. ඡන්ද බලය තිබීම පුරවැසියකුගේ ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් ලෙස දැක්විය හැකි ය. ඒ අනුව ඡන්ද බලය නොමැති බාල වියේ සිටින තැනැත්තන් අනාගතයේ දී පුරවැසියන් වීම සඳහා පුහුණු විය යුතු ය. බාල වියේ දරුවන්ට අධ්‍යාපනය වැදගත් වන එක් කාරණයක් නම් එය යි. පාසල් ගොස් ඉගෙන ගන්නේ ' යහපත් පුරවැසියකු ' වීමට බව දරුවන්ගේ අදහස යි. එවැනි ආකල්පයක් ඔවුන් තුළ තිබීම අතිශයින් වැදගත් ය. මේ අනුව ජන මාධ්‍ය විසින් දරුවන් තුළ පුරවැසිභාවය පිළිබඳ සංකල්පය පෝෂණය කළ යුතු අතර ම, පුරවැසියන්ගේ යහපත් ක්‍රියාකාරකම් අගය කළ යුතු ය. හුවා දැක්විය යුතු ය. පරමාදර්ශ ලෙස සමාජයට ඉදිරිපත් කළ යුතු ය.

පුරවැසියකුගේ ලක්ෂණ කිහිපයක් මෙසේ දැක්විය හැකි ය.

1. ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී ව ජීවත් වීම
2. ඡන්ද අයිතිය පාවිච්චි කිරීම
3. බදු ගෙවීම
4. නීති ගරුක වීම
5. සමාජ ශුභසාධනයට කටයුතු කිරීම
6. දේශාභිමානී ව කටයුතු කිරීම
7. සියලු ආගම්වලට හා සියලු ජාතීන්ට ගරු කිරීම
8. යහපත් ලෙස වෘත්තියක නියැලීම
9. ආචාරශීලී වීම හා ගුණ ගරුක වීම
10. පවුල තුළ යහපත් ව ජීවත් වීම

- පුවත්පත්වල, ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ ප්‍රවෘත්ති හා වෙනත් විශේෂාංගවලින් අවධාරණය කර ඉදිරිපත් කරන්නේ යහපත් පුරවැසියන්ට අදාළ සිද්ධි ද, අයහපත් පුරවැසියන්ට අදාළ සිද්ධි ද?
- රූපවාහිනී නාට්‍යවල චරිතවලින් නිරූපණය කරන්නේ යහපත් පුරවැසියන්ගේ ගතිලක්ෂණ ද, අයහපත් පුරවැසියන්ගේ ගතිලක්ෂණ ද, එසේත් නැතිනම් ඒ දෙක ම ද?
- ජන මාධ්‍ය විසින් අයහපත් පුරවැසියන්ගේ ගතිලක්ෂණ හා චර්යාවන් අගය කරනු ලබන්නේ ද? ඔවුන් විසින් සිදු කරන ලද විවිධ අපරාධ හා සමාජ විරෝධී ක්‍රියාවන් අපූර්වත්වයෙන් යුතු ව ඉදිරිපත් කරන්නට පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය කටයුතු කරන්නේ ද?

- දේශපාලනය ද පුරවැසියන්ගේ කාර්යයකි. එය ප්‍රජාතන්ත්‍රවාදී සමාජයක පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය ය. ජන මාධ්‍ය මගින් දේශපාලනයට අදාළ ප්‍රවෘත්ති දක්වන්නේ, ඒවා විවරණය කරන්නේ හා ඒවාට අදාළ විශේෂාංග ඉදිරිපත් කරන්නේ කෙසේද? ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන දේශපාලන මගපෙන්වීම සමාජයේ ප්‍රගමණය සඳහා කෙසේ හිතකර වන්නේ ද?

5). මානව හිමිකම් හා වගකීම්

දෙවන ලෝක සංග්‍රාමයට පසු ව ලෝකය මිනිසාට නිදහසේ ජීවත්වීමට යෝග්‍ය ස්ථානයක් බවට පත් කිරීමට සෑම රටකට ම අවශ්‍ය විය. ඒ අනුව සෑම කෙනෙකුට ම නිදහසේ ජීවත්වීමට ඇති අයිතිය පිළිගැනෙන විශ්ව මානව හිමිකම් ප්‍රකාශනය එක්සත් ජාතීන්ගේ සංගමය විසින් 1947 දී සම්මත කරන ලදි. පසු කාලයේ දී මානව හිමිකම් සම්බන්ධයෙන් විවිධ සම්මුතීන් ලෝකයේ ඇති වූ අතර, ඒවා බොහෝ රටවල ආණ්ඩු ක්‍රම ව්‍යවස්ථාවට ඇතුළත් කර නීති ගත කර ඇත. තවත් ඒවාට අත්සන් කිරීමෙන් ඒවා පිළිගෙන ඇත. ළමයින් සඳහා වූ අයිතිවාසිකම් ද, කාන්තාවන් සඳහා වූ අයිතිවාසිකම් ද සම්මුති බවට පත් වූයේ ඒ අනුව ය. ඒ අනුව යම් සමාජයක් තුළ මානව හිමිකම් සුරැකීමේ වගකීම රජයට ද, එම රාජ්‍යයේ ජීවත් වන පුරවැසියන්ට ද පැවරේ.

නෛතික වශයෙන් තත්ත්වය එසේ වුවත් සමාජය තුළ නිරන්තරයෙන් මානව හිමිකම් කඩවීම් අඩු වැඩි වශයෙන් සිදු වේ. රජයේ නිලධාරීන් අතින් සිදු වන මානව හිමිකම් කඩවීම් සම්බන්ධයෙන් පරීක්ෂා කිරීමට ''ශ්‍රී ලංකා මානව හිමිකම් කොමිසම'' පිහිටුවා ඇත.

ලොව සෑම පුද්ගලයකු ම සහජීවනයෙන් සිය සමාජය තුළ ජීවත්වීමට කැමති ය. ඒ සඳහා අවශ්‍ය මූලික පසුබිම සැකසෙන්නේ මානව හිමිකම්වලිනි. පුද්ගලයන්ට සිය පැවැත්ම තහවුරු කර ගනිමින්, ගෞරවණීය පුරවැසියකු ලෙස ජීවත්වීමට පවතින සමාජමය ආරක්ෂක පද්ධතිය ලෙස ද මානව හිමිකම් හැඳින්විය හැකි ය. තමන්ගේ පෞද්ගලිකත්වය ආරක්ෂා කර ගනිමින් අන් අයට හිරිහැරයක් නොවන අයුරින් ජීවත්වීමට නම් මානව හිමිකම් හා වගකීම් පිළිබඳ අවබෝධය හා එය ඉටු කිරීමේ චර්යාවක් සියලු දෙනා ම සතු විය යුතු ය.

සෑම පුද්ගලයෙක් ම තම මානව හිමිකම් පවත්වා ගෙන යාමේ දී තම වගකීම පිළිබඳ ව ද සිතිය යුතු ය. තමාගේ අයිතිවාසිකම අනෙකාගේ නිදහසට බාධාවක් නොවිය යුතු ය. රටක පැවැත්මට මේ සම්බන්ධ නීති රීති ගෙන ඒමට සිදු වන්නේ ද මිනිසා විසින් අනෙක් අයගේ අයිතිවාසිකම් පිළිබඳ ව නො සිතීමෙනි.

මිනිසාගේ මූලික වගකීම් පිළිබඳ අවබෝධයෙන් හා ඒවා නියෝජනය වන අයුරින් ජන මාධ්‍ය කටයුතු කරන්නේ දැයි විමසා බැලිය යුතු ය. ජන මාධ්‍ය වැඩසටහන් සකස් කිරීමේ දී මානව හිමිකම් හා වගකීම් සඳහා ලබා දී ඇති ස්ථානය, ගෞරවය කෙබඳු ද? එය සමාජයේ පැවැත්මට කෙසේ බලපෑ හැකි ද? යන කරුණු පිළිබඳ ව පරීක්ෂාකාරී විය යුතු ය. පාසල් අවධියේ පටන් ම ජන මාධ්‍ය ඔස්සේ ප්‍රචාරය වන විවිධ වැඩසටහන්වලින් මානව හිමිකම් පිළිබඳ ඍජු අවබෝධයක් ලබා දීමට කටයුතු කරයි. එසේ ම විවිධ වෘත්තීන් මෙන් ම සමාජ ආයතනවල අපරික්ෂාකාරී හා නොසලකා හැරීම්වලින් අහිමි වන මානව හිමිකම් මාධ්‍ය පරිහරණයේ දී හඳුනාගැනීමට හැකිවිය යුතුය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. මානව හිමිකම් හා වගකීම් සමාජය තුළ දැනුවත් කිරීමට හා ප්‍රවර්ධනය කිරීමට හිතකර අයුරින් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය සිය මාධ්‍ය කටයුතු මෙහෙයවන්නේ ද?
2. මානව හිමිකම් කඩවීම් පිළිබඳ ව ප්‍රවෘත්ති ජන මාධ්‍ය මගින් සාධාරණ ලෙස ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. මානව හිමිකම් හා වගකීම් සම්බන්ධ සාමාජීය අධ්‍යාපනය පුළුල් කිරීම සඳහා උපකාරි වන ලිපි හා විශේෂාංග පුවත්පත්වල පළ වන්නේ ද? එවැනි සාකච්ඡා, විශේෂ වැඩසටහන් හා ප්‍රවෘත්ති ප්‍රමාණවත් ලෙස ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද? ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ මානව හිමිකම් හා වගකීම් තේමාවන් අන්තර්ගත වන්නේ ද?
4. මානව හිමිකම් කඩ කරන්නන් ගුවන්විදුලි හා රූපවාහිනී නාට්‍ය ආදි නිර්මාණාත්මක ආකෘතීන් තුළ හා පුවත්පත් අතිරේකවල උත්කර්ෂවත් ව ඉදිරිපත් කරන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් ඒවා හෙළා දකිමින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?

5.2 ආර්ථික නියෝජන අධ්‍යයනය

වැඩ ලෝකය, විවිධ වෘත්තීන්, වෙළෙඳපොළ හා සංවර්ධනාත්මක චින්තනය යන ක්ෂේත්‍ර ඔස්සේ ජන මාධ්‍යයේ ආර්ථික නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). වැඩ ලෝකය

විවිධ නිෂ්පාදන හා සේවාවන්ගෙන් වැඩ ලෝකය සමන්විත වේ. ඒ ඒ කාර්යයන් ඉටු කිරීම සඳහා විවිධ පුද්ගලයෝ තමන්ට හැකි පරිදි මෙහි කටයුතු කරති. වැඩ ලෝකය යනු ගතික පද්ධතියකි. ඒ තුළ ඇති නිෂ්පාදන හා සේවා කාර්යයන් ද, එම කාර්යයන් ඉටු කිරීම සඳහා යොදා ගන්නා ක්‍රම හා යන්ත්‍ර උපකරණ ද, ශිල්පීය කටයුතු ද වෙනස් වේ. ඒ අනුව පුද්ගලයන් ද එම නව තත්ත්වයට අනුකූල වන සේ වෙනස් විය යුතු ය. වෙනස් කළ යුතු ය.

වැඩ ලෝකයේ පවතින මිනිස් ශ්‍රම ඉල්ලුම අනුව සැපයුම සිදු නොවීම සාමාන්‍යයෙන් පවත්නා ලක්ෂණය යි. එයට හේතුව අධ්‍යාපනය හා වැඩ ලෝකය අතර ඇති නොගැලපීම ය. අධ්‍යාපනය කොතරම් නවීකරණය කළත්, වැඩ ලෝකය ඊට වඩා වේගයෙන් නවීකරණය වන නිසා මේ නොගැළපීම පාලනය කිරීම ඉතා අසීරු ය. අනෙක් අතට වැඩ ලෝකයට ගැළපෙන ලෙස සිය ආකල්ප හා හැකියා සංවර්ධනය කර ගැනීමට තරුණ හා වැඩිහිටි පිරිස ප්‍රමාණවත් ලෙස කටයුතු නොකරන නිසා වැඩ ලෝකය තුළ අර්බුද පැන නැගී ඇත. මෙය කුමන සමාජයක වුවත් යහපත් පැවැත්මට බාධාවකි.

ජන මාධ්‍යයේ එක් වගකීමක් වන්නේ වැඩ ලෝකයේ පවත්නා මේ ගතික ස්වභාව, එහි අනාගත ඉල්ලුම් රටාව හා වැඩ ලෝකය විසින් ඉල්ලා සිටිනු ලබන පුද්ගල ගුණාංග ආදිය පිළිබඳ දැනුම සමාජගත කිරීම ය. මානව සමාජ වටිනාකම් රැක ගනිමින් වැඩලෝකය ගොඩ නැගිය යුතු ය. එසේ ම වැඩ ලෝකයට අවශ්‍ය පරිදි තමා සංවර්ධනය විය යුතු බව තරුණ පිරිසට විශේෂයෙන් දැන ගන්නට සැලැස්විය යුතු අතර, එසේ සංවර්ධනය වූ අය ලබා ඇති ජයග්‍රහණයන් හුවා දැක්විය යුතු ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වැඩ ලෝකයේ පවත්නා ස්වභාවය හා වෙනස්වීම් රටාව නිවැරදි ව හා ප්‍රමාණාත්මක ව සමාජගත වන පරිදි ප්‍රවෘත්ති හා විශේෂාංග ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. වැඩ ලෝකය විසින් ඉල්ලනු ලබන පුද්ගල ගුණාංග පිළිබඳ ව සමාජය දැනුවත් කරන්නට ගැලපෙන මාධ්‍ය සන්දේශ ජන මාධ්‍ය විසින් විවිධ ආකෘති යටතේ ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. වැඩ ලෝකය ජයගත් පුද්ගලයන් හා සංවිධාන පිළිබඳ ආකර්ෂණීය විස්තර ඇතුළත් නිර්මාණාත්මක ආකෘතීන් (නාට්‍ය, ගීත හා සාකච්ඡා වැනි) ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
4. ජනප්‍රිය මාධ්‍ය ආකෘතියක් වන රූපවාහිනී නාට්‍ය තුළ විවිධ වැඩ ස්ථාන ඇසුරු කර ගනිමින් ඒවා පිළිබඳ සාධාරණ දැනුමක් හා හැඟීමක් ප්‍රේක්ෂකයා තුළ ඇති වන ආකාරයෙන් එම නිර්මාණ ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
5. වැඩ ලෝකයේ නව ප්‍රවණතා පිළිබඳ ව සමාජය දැනුවත් කිරීම සඳහා විශේෂයෙන් සැලසුම් කරන ලද මාධ්‍ය ආකෘති යොදා ගනිමින් ප්‍රමාණවත් තොරතුරු ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?

2). විවිධ වෘත්තීන්

විවිධ වෘත්තීන් පවතින්නේ වැඩ ලෝකය තුළ ය. සමාජය තුළ ජනප්‍රිය වෘත්තීන් පවතී. ඒ අතර නව වෘත්තීන් බිහි වේ. ඒවා ගැන සමාජය දන්නේ නැති තරම් ය. ඒ ඒ වෘත්තීන් සඳහා අවශ්‍ය අධ්‍යාපනය හා පුහුණුව පිළිබඳ දැනුම හා ආකල්ප සමාජගත කිරීම අත්‍යවශ්‍ය කරුණකි. සමහරවිට වෘත්තීන් මාරු වීම ද සිදු වේ. එනම් එක් වෘත්තියක යෙදී සිටින කෙනෙක් එහි වැඩි දියුණුවත් සමග වෙනත් වෘත්තියකට මාරු වීම ය.

තරුණ පිරිස විශේෂයෙන් ගත් විට විවිධ වෘත්තීන් පිළිබඳ ව ප්‍රමාණවත් ලෙස නොදැන සිටීම නිසා, ඒවාට ප්‍රවේශ වීමට බියක් දක්වති. ජනප්‍රිය වෘත්තීන් පසුපස ම යති. එසේ ම ඒ ඒ වෘත්තීන්ගේ කාර්ය ස්වභාවය, ඒවායේ ප්‍රතිලාභ, ඒ ඒ වෘත්තීන් සඳහා සූදානම් විය යුතු ආකාරය, විවිධ අධ්‍යාපන හා පුහුණු අවකාශ ආදිය පිළිබඳ තොරතුරු සමාජයට අවශ්‍ය ය. එසේ ම ආකල්පමය වෙනසක් ඇති කිරීම ද වැදගත් ම කාර්යයකි.

ජන මාධ්‍ය විසින් ඉහත සඳහන් තොරතුරු සමාජගත කරන්නේ ද යන්න පහත සඳහන් අවස්ථා ඇසුරින් අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ගුරු වෘත්තිය, ලිපිකරු වෘත්තිය, පරිගණක ශිල්පී වෘත්තිය, හෙද හෙදි වෘත්තිය, ආරක්ෂක සේවා වෘත්තීන් ආදියෙන් බැහැර ව නව වෘත්තීන්වලින් ජයග්‍රහණය ලැබූ අය පිළිබඳ තොරතුරු ඇතුළත් විශේෂාංග හෝ විශේෂ වැඩසටහන් හෝ පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?
2. විවිධ නව වෘත්තීන්ට ප්‍රවේශ වීමට අවශ්‍ය අධ්‍යාපන හා පුහුණු අවකාශ පිළිබඳ විස්තර විශේෂ මාධ්‍ය ආකෘතීන් මගින් ප්‍රජාව වෙත ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
3. ආකර්ෂණීය මාධ්‍ය ආකෘතියක් වූ රූපවාහිනී නාට්‍යවල විවිධ වෘත්තීන් ඇතුළත් චරිත යොදා ගෙන එම වෘත්තීන් අගය කිරීමට හා හඳුනාගැනීමට කටයුතු කරන්නේ ද?

4. විවිධ වැඩවලට විවිධ චරිත ඉදිරිපත් කිරීමේ දී වෘත්තීන් අනුව ඇඳුම් පැළඳුම්, කතා බහ, පුද්ගල නාම, වාසස්ථාන ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?

5. විවිධ වෘත්තීන් ඇසුරු කරමින් ශ්‍රමාභිමානය ඇති කිරීමට උචිත ලිපි, විශේෂාංග, නාට්‍ය, චිත්‍ර, කාටූන්, ගීත ආදිය ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?

3). වෙළෙඳපොළ

ශ්‍රී ලංකාව මූලික වශයෙන් කෘෂිකාර්මික රටකි. එසේ ම කර්මාන්ත ද දියුණු වෙමින් පවතී. ඒ හැර සංචාරක ව්‍යාපාරය ද දේශීය ආදායම් මාර්ගයකි. සමස්ත වෙළෙඳපොළ නිර්මාණය වී ඇත්තේ කෘෂිකර්මාන්තය, කර්මාන්ත හා සේවා ව්‍යාපාරවලිනි.

දේශීය වෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනය කිරීම ජන මාධ්‍යයේ කාර්යයකි. ඒ අනුව දේශීය නිෂ්පාදන කෙරෙහි ජනයාගේ කැමැත්ත වැඩි කළ යුතු ය. ඒ සඳහා වූ විවිධ ප්‍රවර්ධනාත්මක කාර්යයන් මාධ්‍ය සන්දේශයන්ට අන්තර්ගත විය යුතු ය. එය එක එල්ලේ කිරීම අවශ්‍ය නැත. සමහරවිට ගීතයක පදයකින් හෝ නාට්‍යයක දෙබසකින් හෝ දැන්වීමකින් දේශීය වෙළෙඳපොළ ප්‍රවර්ධනය කළ හැකි ය.

ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විවිධ විශේෂ වැඩසටහන් මගින් ද, වෙනත් රස වින්දනාත්මක ආකෘතින් තුළ ද දේශීය වෙළෙඳපොළ සංවර්ධනය කිරීමට අවශ්‍ය තොරතුරු ඉදිරිපත් කළ හැකි ය. ඒ මගින් ජනයා දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා පරිභෝජනයට පෙලඹවිය හැකි ය. මෙය ජාතික අවශ්‍යතාවකි. ජන මාධ්‍යයේ එක් වගකීමක් වන්නේ මේ ජාතික අවශ්‍යතාව ඉටු කිරීම ය.

වෙළෙඳපොළ හඳුන්වා දීම හා ප්‍රවර්ධනය කිරීම සඳහා ජන මාධ්‍යයේ කාර්ය භාරය ඉටු වන ආකාරය පහත සඳහන් අවස්ථා ඇසුරින් අධ්‍යයනය කරන්න.

1. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා ජනයා අතර ප්‍රචලිත වන ආකාරයෙන් විවිධ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ආදිය ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා හෙළා දකිනු ලබන්නේ ද? එසේත් නැතිනම් විදේශීය නිෂ්පාදන අගය කරනු ලබන්නේ ද?

2. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා වෙළෙඳපොළ පුළුල් කිරීමට හා ව්‍යාප්ත වීමට උපකාර වන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?

3. ජනප්‍රිය රූපවාහිනී ආකෘතීන් වන නාට්‍ය, විවිධ සංගීතමය වැඩසටහන්, විවිධ ප්‍රාසාංගික වැඩසටහන් ආදියේ දී දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා භාවිත කරනු ලබන්නේ ද? ඒවා දිරි ගන්වන්නේ ද? උදාහරණයක් වශයෙන් දේශීය රෙදිපිළි ආදිය මෙවැනි වැඩසටහන්වලට ඉදිරිපත් වන ශිල්පීන් හෝ නළු නිළියන් විසින් අඳිනු ලබන්නේ ද? දේශීය ආහාර වර්ග එම අවස්ථාවල පරිහරණය කරනු ලබන්නේ ද?

4. දේශීය නිෂ්පාදන හා සේවා දිරි ගන්වන ආකාරයෙන් ග්‍රාහකයන්ට සහභාගි විය හැකි ආකාරයේ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය විසින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? දැන්වීම් ඔස්සේ මේවා කොතෙක් ඔබ වෙත ඒ දැයි බලන්න.

4). සංවර්ධනාත්මක චින්තනය

සංවර්ධනය ජාතික අවශ්‍යතාවකි. ඒ සඳහා දායක වන්නේ මේ රටේ ජනතාව යි. ඔවුන් තුළ සංවර්ධනාත්මක චින්තනය පෝෂණය කළ යුතු වන්නේ ඒ නිසා ය. එය ජන මාධ්‍යයේ කාර්ය භාරයකි. වැඩ කිරීම, අභියෝගවලට මුහුණ දීම, ව්‍යවසායකත්වය, දියුණුව අපේක්ෂා කිරීම, ස්වයං අභිප්‍රේරණය හෙවත් ස්වයං පෙලඹවීම, නව නිර්මාණ බිහි කිරීම ආදිය මුලින් ම ආරම්භ වන්නේ පුද්ගලයාගේ සිතෙහි ය. සංවර්ධනාත්මක චින්තනය නොමැති ජනතාවක් සිටින රටක් දියුණු කළ නොහැකි ය. ජන මාධ්‍ය විසින් ජනතාවගේ සංවර්ධන චින්තනය විනාශ කර දමනු ලබන්නේ නම්, ඔවුන් රටේ සංවර්ධන ක්‍රියාවලියට දායක වන්නේ නැත. රජයේ සේවය තුළ ද පෞද්ගලික අංශයේ කාර්යයන් තුළ ද නිසි ඵල ලැබීම සඳහා එම කටයුතු ඉටු කරන්නන් තුළ සංවර්ධනාත්මක චින්තනය තිබිය යුතු ය. නෑ. බෑ. කීම වෙනුවට ඔව්, පුළුවන්, යනුවෙන් කටයුතු කරන්නට ජනතාව පෙලඹවීමට ජන මාධ්‍යයේ ශක්තිය ඉතා හොඳින් යොදා ගත හැකි ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වැඩ කිරීම, නොපසුබට වීම, බාධාවන්ට මුහුණ දීම, නව සැලසුම් සම්පාදනය ආදී සාර්ථක වැඩ කිරීමකට අවශ්‍ය විවිධ ක්ෂේත්‍ර පිළිබඳ ව ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හෝ විවිධ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද? එසේ නැතිනම් වැඩ නොකිරීමට, පසුබට වීමට හා අධෛර්යයට පත්වීමට ජනයා පොලඹවන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විවිධ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. සංවර්ධනාත්මක චින්තනය ඇතුළත් ගීත ගුවන්විදුලියෙන් හා රූපවාහිනියෙන් විකාශනය වන්නේ ද?
3. රූපවාහිනී නාට්‍ය නිර්මාණය කිරීමේ දී සංවර්ධනාත්මක චින්තනය පිළිබඳ අවධානය යොමු කර ඇතැයි පිළි ගත හැකි ද?
4. ඔබ සිත්ගත් කිසියම් රූපවාහිනී නාට්‍යයක් තුළ සංවර්ධනාත්මක චින්තනය තිබේ ද?
5. පුවත්පත් කාටුන්වල වෙළෙඳ දැන්වීම්වල සංවර්ධනාත්මක චින්තනය පෝෂණය වන ආකාරයේ අන්තර්ගත ඇතුළත් ව තිබේ ද?
6. ජනයා තුළ ධනාත්මක චින්තනය ඇති වන ආකාරයේ කතු වැකි පුවත්පත් අතරින් සොයා ගත හැකි ද?

5.3 ආගමික හා සදාචාරාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය

ආගම, සදාචාරය හා සාරධර්ම, සමාජ ප්‍රතිරූප, ගැටුම් හා සාමය හා මානව ධර්මතා යන ක්ෂේත්‍ර යටතේ ආගමික හා සදාචාරාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). ආගම

මිනිස් සමාජයේ සදාචාරාත්මක සංවර්ධනය සඳහා ආගම අත්‍යවශ්‍ය වේ. රටක් ගත් විට නීතියෙන් පිළිගත් ආගම් තිබේ. ශ්‍රී ලංකාව තුළ ද ප්‍රධාන වශයෙන් ම බුද්ධාගම, හින්දු ආගම, කතෝලික ආගම හා ඉස්ලාම් ආගම නීතියෙන් පිළිගෙන ඇත. ඒ හැර වෙනත් ආගම් ද අදහන්නෝ සිටිති. ආගම උත්පත්තියෙන් ලැබීම සාමාන්‍ය සිරිත ය. ඒ හැර පසු කාලයේ දී තමන්ගේ අභිමතය පරිදි ආගම වෙනස් කර ගන්නා අය ද සිටිති.

සෑම කෙනකු ම තමන් අදහන ආගමට ගරු කරති. ශ්‍රී ලංකාව බහු වාර්ගික හා බහු ආගමික රටකි. ඒ නිසා වාර්ගික හා ආගමික සහජීවනය පවත්වා ගැනීම සමාජයේ පැවැත්මට අත්‍යවශ්‍ය ය. තමන් අදහන ආගම උසස් යැයි ද, අන්‍ය ආගම් පහත් යැයි ද සිතා කටයුතු කළ නො හැකි ය.

ආගම ඇදහීම පෞද්ගලික කාර්යයකි. එසේ වුවත් ආගම සාමාජීය කාර්යයක් බවට පත් වන්නේ එයට සම්බන්ධ විවිධ උත්සව පවතින හෙයිනි. බුද්ධාගමට සම්බන්ධ නුවර පෙරහැර, පොසොන් උත්සවය, වෙසක් උත්සවය ආදියත්, හින්දු ආගමට සම්බන්ධ දීපවාලී ශිවරාත්‍රී හා තෛපොංගල් ආදි උත්සවත්, කතෝලික ආගමට අයත් නත්තල, මහ සිකුරාදා වැනි උත්සවත්, ඉස්ලාම් ආගමට අයත් රාමසාන් වැනි උත්සවත් ජාතික උත්සව ලෙසින් පිළි ගැනේ. එසේ ම ශ්‍රී පාද වන්දනාව හා කතරගම වන්දනාව ද ඇතුළු අවශේෂ විවිධ ආගමික උත්සව ද පැවැත්වේ.

රටක හෝ සමාජයක හෝ පැවැත්ම තීරණය කරන ප්‍රබල ම අංග දෙකක් ලෙස ආගම හා සදාචාරය හැඳින්විය හැකි ය. මේ අංශ දෙකෙහි පැවැත්මට හා භාවිතයට මාධ්‍ය මගින් යම් යම් බලපෑම් කරනු ලබයි. එහි දී ආගම සම්බන්ධයෙන් කරනු ලබන බලපෑම හඳුනාගත හැකි වන්නේ ඉතාමත් සියුම් ව අධ්‍යයනය කිරීමෙනි. එයට හේතු වන්නේ ආගමික පිළිගැනීම් හා විශ්වාසයන්ට අභියෝගයක් වන ආකාරයේ ඉදිරිපත් කිරීම්වලින් ආගමික නායකයන් හා සාමාන්‍ය ජනතාව ඊට එරෙහි ව නැගී සිටිය හැකි වීම ය. ඇතැම් විට එය ප්‍රචණ්ඩත්වය කරා ද යොමු විය හැකි ය. එවැනි තත්ත්වයක් මත ජන මාධ්‍ය ආගම හා සම්බන්ධ කාරණාවන්හි දී මැදිහත් වන්නේ පරිස්සම් සහිත ව ය.

රටක සදාචාරාත්මක කාරණාවන්හි දී ඍජු ව ම මැදිහත් වන හෝ වග කියන හෝ ආයතනයක් හෝ කණ්ඩායමක් හෝ නොමැති නිසා ජන මාධ්‍ය විසින් සිය වැඩසටහන් සඳහා එම ක්ෂේත්‍රය බහුල වශයෙන් යොදා ගනියි. සදාචාරාත්මක ගැටලු මතු වන අවස්ථා තිබුණ ද ඒ සම්බන්ධ ව මැදිහත් වී ක්‍රියා කිරීමක් සිදු වන අවස්ථා දකින්නට නො ලැබෙන තරම් ය.

ආගමික සහජීවනය පවත්වා ගෙන යාම ජන මාධ්‍යයේ අනිවාර්ය වගකීමකි. එසේ වුවත් එයට පටහැනි ව කටයුතු කරන්නට හෝ සහජීවනය වෙනුවෙන් පෙනී නොසිටින්නට හෝ මාධ්‍යයට පුළුවන. එය දැනෙන්නේ ග්‍රාහක පිරිස වූ ජනයාට ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. සියලු ආගමික උත්සව සම්බන්ධයෙන් ප්‍රමාණවත් ඍජු නියෝජනයක් ඇති වන ආකාරයෙන් ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හා රූපවාහිනිය විසින් ඉදිරිපත් කරන්නේ ද?
2. ගීත හා රූපවාහිනී හෝ ගුවන්විදුලි නාට්‍ය ආදිය තුළ ආගමික සංකල්ප හා ආගමික සහජීවනය පිළිබඳ අදහස් ඍජු ව හෝ වක්‍ර ව හෝ ඇතුළත් ද?
3. අන්‍යාගම්වලට ගැරහීම හෝ ආගමික සහජීවනයට හානි කර වන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හෝ විශේෂ වැඩසටහන් පුවත්පත්, ගුවන්විදුලිය හෝ රූපවාහිනිය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?
4. බහු ආගමික සමාජයක ජීවත් වන පුරවැසියන් තුළ පෝෂණය විය යුතු ආගමික සහජීවනය පිළිබඳ සංකල්ප සුවිශේෂයෙන් ප්‍රවර්ධනය වන ආකාරයේ ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරනු ලබන්නේ ද?

2). සදාචාරය හා සාරධර්ම

යහපත් පැවතුම් හා යහපත් පිළිගැනීම් සෑම සමාජයක ම පවතී. ශ්‍රී ලාංකික සමාජය තුළ ද එය එසේ ම ය. හැසිරීම්, චර්යා, පුද්ගල ලක්ෂණ, සිරිත් විරිත් ආදිය එයට අයත් ය. ශ්‍රී ලාංකිකයන් විසින් පොදුවේ පිළිගන්නා හා අනුගමනය කරන සදාචාර හා සාරධර්ම ගුණාංග තිබේ. එසේ ම ශ්‍රී ලංකාවේ විවිධ ජන වර්ග හා විවිධ ආගමික කණ්ඩායම් විසින් ද, විවිධ ප්‍රදේශ විසින් ද ග්‍රාමීය හා නාගරික වශයෙන් ද පිළිගන්නා හා අනුගමනය කරන සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම තිබේ. ශ්‍රී ලාංකික යැයි හඳුන්වන්නේ මේ සමස්තය ය.

සමාජයක් යහපත් ව හා අඛණ්ඩ ව පවත්වා ගෙන යාම සඳහා සදාචාරය හා සාරධර්ම අත්‍යවශ්‍ය වේ. බාල හා වැඩිමහලු සම්බන්ධය, ගුරු ගෝල සම්බන්ධය, දේශපාලඥයන් හා මහජනතාව අතර සම්බන්ධය, ඥාති සම්බන්ධය, මිත්‍ර සම්බන්ධය, අඹුසැමි සම්බන්ධය ආගමික නායකයන් හා අනුගාමිකයන් අතර සම්බන්ධය ආදී වශයෙන් විශේෂයෙන් දැක්විය හැකි මානව සම්බන්ධතා යහපත් ව පවත්වා ගෙන යා හැක්කේ මේ ආකාරයෙන් සදාචාර සම්පන්න හා සාරධර්ම සුරකින සමාජයක් තුළ පමණි. එසේ නො වූ විට එම සමාජය විනාශයට පත් වෙයි.

එක් එක් රටවලට, එක් එක් සමාජවලට එකිනෙකට වෙනස් සදාචාර හා සාරධර්ම තිබිය හැකි ය. ඒ අතර ම විශ්වීය වශයෙන් පිළිගන්නා සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම ද තිබේ. එක් සමාජයකට සාපේක්ෂ ව තවත් සමාජයක සදාචාරය හා සාරධර්ම උසස් හෝ පහත් හෝ වන්නේ නැත. මෙය නෛතික කරුණක් නො ව සමාජ විද්‍යාත්මක කරුණකි. ඒ නිසා ඒවා විග්‍රහ කළ යුත්තේ සමාජමය රාමුව මත පිහිටා ය.

ජන මාධ්‍යයේ බොහෝ මාධ්‍ය ආකෘති තුළින් ඉදිරිපත් වන්නේ මේ ආකාරයේ සදාචාර හා සාරධර්ම සංකල්ප ය. එම සන්දේශ ග්‍රහණය කර ගන්නා ජනයා ද තමන් විසින් එම සදාචාර පිළිවෙත් හා සාරධර්ම අනුගමනය කළ යුතු යැයි විශ්වාස කරති.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් හෝ නවකතා පොතක් තෝරා ගන්න. එහි කතාව, සිද්ධි, චරිත, චරිත අතර සම්බන්ධතාව, දෙබස් හා දර්ශන සදාචාර සම්පන්න ද? කෙබඳු සාරධර්ම එයින් ඉස්මතු වන්නේ ද?

2. සංගීත වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි ගායනා කරන ගීතවල අන්තර්ගතය, ගීත ගායනා කරන ආකාරය හා ගායකයන්ගේ පැලඳුම් ද, හැසිරීම් ද සදාචාර සම්පන්න ද? කෙබඳු ලෙසින් ඉස්මතු වන්නේ ද?

3. දිනපතා පුවත්පතක මුල් පිටුවේ පළ වී ඇති අපරාධ ආශ්‍රිත ප්‍රවෘත්ති පහක් තෝරා ගන්න. එම අපරාධ ප්‍රවෘත්තියේ අන්තර්ගතය බිහිසුණු ද? ඒ සමග පළ කර ඇති අපරාධයට සම්බන්ධ ඡායාරූපය පාඨකයාට පෙන්විය යුතු ද? එම අපරාධය පිළිබඳ ප්‍රවෘත්තිය ඒ ආකාරයෙන් පාඨකයා වෙත ඉදිරිපත් කිරීම සදාචාර සම්පන්න ද? ඒවා ඒ ආකාරයෙන් ඉදිරිපත් කිරීම මාධ්‍යවේදීන් ගේ සාරධර්මයක් ද?

4. ගුවන්විදුලියේ වෙළෙඳ දැන්වීම් පහක් තෝරා ගන්න. ඒ තුළ ඉදිරිපත් වන අදහස හා ඇති කරන්නට අපේක්ෂිත පෙලඹවීම සදාචාර සම්පන්න ද? ඒ තුළින් ගොඩ නගන්නට උත්සාහ කරන පාරිභෝගික චර්යාව අපගේ සාරධර්මයන්ට අනුකූල ද?

3). සමාජ ප්‍රතිරූප

යම් පුද්ගලයකුගේ ප්‍රතිරූපය සමාජය තුළ ගොඩනැගෙන්නේ සැමවිට ම යහපත් ආකාරයට නො වේ. අන්‍යයන් විසින් අනුගමනය කළ යුතු හා අනුගමනය නොකළ යුතු සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජයෙහි ගොඩනැංවේ. එසේ වන්නේ සමාජයේ ම පිළිගැනීම මත ය.

යම් යම් තැනැත්තන් සමාජ ප්‍රතිරූප ලෙස ගොඩනැංවීමේ හැකියාව ජන මාධ්‍ය සතු ය. දේශපාලනඥයන්, සමාජ සේවකයන්, ගායක ගායිකාවන්, නළු නිළියන්, රංගන ශිල්පීන් හා මාධ්‍යවේදීන් මේ ආකාරයෙන් සමාජ ප්‍රතිරූප බවට පත් වේ. එපමණක් නොව හොරුන්, මංකොල්ලකාරයන් මෙන් ම දාමරිකයන් ද සමාජ ප්‍රතිරූප බවට පත් වේ. වර්තමානයේ මේ ආකාරයේ විවිධ සමාජ ප්‍රතිරූප ගොඩ නැංවීම ජන මාධ්‍ය විසින් කරනු ලබයි. එය අවශ්‍ය වන්නේ ඔවුන්ගේ පැවැත්මට ය. එසේත් නැතිනම් එම මාධ්‍යයේ අරමුණු ඉටු කර ගැනීම සඳහා ය.

සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජයට බලපෑම් ඇති කරයි. එය යහපත් මෙන් ම අයහපත් ද වේ. යහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප සමාජය විසින් අනුගමනය කරනු ලැබීම සිදු විය යුත්තකි. එසේ යහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප ගොඩ නැංවීම ජන මාධ්‍යයේ සාමාජීය යුතුකමකි. අයහපත් සමාජ ප්‍රතිරූප ද සමාජයේ යම් පිරිසක් විසින් අනුගමනය කරනු ලැබීම වැළැක්විය නො හැකි ය. එය සමාජයට අහිතකර ය. එවැනි පසුබිමක් නිර්මාණය කිරීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමක් නො වේ.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනියේ, ගුවන්විදුලියේ තරුණ පිරිස ඉලක්ක කර ගෙන ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. ඒ තුළ තාරුණ්‍යයට අයත් ප්‍රතිරූප ගොඩ නංවන්නේ ද? එම ප්‍රතිරූප සැබෑ ලෙස ම තරුණ පිරිසේ අභිවර්ධනය සඳහා උචිත වන්නේ ද? එම ප්‍රතිරූප අනුගමනය කිරීම තරුණ පිරිසේ දියුණුව සඳහා හේතු වන්නේ ද? නො එසේ නම් එම ප්‍රතිරූප තරුණ පිරිස මුලාවට පත් කරන්නේ ද?
2. සති අන්ත පුවත්පතක් තෝරා ගන්න. එහි විශේෂාංග ලිපිවලින් ගොඩනැංවෙන පුද්ගල ප්‍රතිරූප මොනවා ද? ඒවා සමාජයට හිතකර ද? අහිතකර ද?
3. ගුවන්විදුලි ගීතමය වැඩසටහනකට සවන් දෙන්න. එහි සමස්තයක් වශයෙන් ගොඩනැංවෙන පුද්ගල ප්‍රතිරූපය කෙබඳු ද? එය සමාජයට යහපත් ද?

4). ගැටුම් හා සාමය

එක ම කරුණක් සම්බන්ධ ව පුද්ගලයන් හෝ කණ්ඩායම් හෝ කිහිපයක් අතර ගොඩනැගෙන එකිනෙකට පරස්පර මත නිසා ඇති වන තත්ත්වය ගැටුමකි. එය යම් තැනැත්තකු තුළ ම වුව ද ඇති වේ. ගැටුම් ඇති වීම ස්වාභාවික කරුණකි. සමාජය සංවර්ධන වී ඇත්තේ ගැටුම් නිරාකරණය කරගත් නිසා ය. යම් සමාජයක සෑම දෙනා ම එක ම මතයක් දැරිය යුතු යැයි කිව නො හැක. විවිධ මත දැරීම ද මානව අයිතිවාසිකමකි.

සමහර ගැටුම් සමාජයට අහිතකර ය. ඒ නිසා පුද්ගලයා තුළ ද, සමාජයේ ද සාමය කඩ වේ. එවැනි ගැටුම් නිසා සමාජයේ පැවැත්ම බිඳ වැටේ. මානසික වශයෙන් මෙන් ම භෞතික වශයෙන් ද හිංසාකාරී ක්‍රියා මේ නිසා ඇති වේ. මනුෂ්‍යයාගේ සාමාන්‍ය ස්වභාවය නම් ගැටුම්වලට නැඹුරු වීම ය.

ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් කරන ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග හා විශේෂ වැඩසටහන් මගින් ගැටුම් අවුලුවා ලිය හැකි ය. එසේ නැතිනම් සාමය ගොඩනැංවිය හැකි ය. **'ගිනි අවුලුවා ලීමට'** ද, **'ඇවිලෙන ගින්නට පිදුරු දැමීමට'** ද **ගිනි නිමීමටද** ජන මාධ්‍යයට හැකි ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නරඹන්න. එහි සිද්ධි මගින් මතු වන්නේ ගැටුම් ද? සාමය ද? එම ගැටුම් සාධාරණ ද? යථාර්ථවාදී ද?
2. පුවත්පතක දේශපාලන ප්‍රවෘත්ති සඳහා යොදා ඇති මාතෘකා කිහිපයක් තෝරා ගන්න. එම මාතෘකා ගොඩනගා ඇත්තේ ගැටුම් නිර්මාණය වන ආකාරයෙන් ද? නැතිනම් සාමය ගොඩනැංවෙන ආකාරයෙන් ද?
3. ගුවන්විදුලි ප්‍රවෘත්ති ප්‍රකාශ කිහිපයකට සවන් දෙන්න. ඒවායේ ප්‍රවෘත්ති තුළ අන්තර්ගත වන්නේ ගැටුම්කාරී ස්වභාවයක් ද? සාමකාමී ස්වභාවයක් ද? එම ගැටුම් හෝ එම සාමය හෝ සමාජයට අවශ්‍ය ද?

5). මානව ධර්මතා

යම් සමාජයක හෝ ජන කණ්ඩායමක හෝ ජාතියක හෝ ආගමික කණ්ඩායමක හෝ සීමාවෙන් තොර ව විශ්වීය ලෙස පිළිගන්නා මානව ධර්මතා සමාජයේ පැවැත්මට අවශ්‍ය ය. උදාහරණයක් ලෙස මෛත්‍රිය, ඉවසීම, කරුණාව, උපකාරය, රැකවරණය සැලසීම ආදිය දැක්විය හැකි ය. මානව සමාජයේ උන්නතිය හා පැවැත්ම සඳහා මෙවැනි ධර්මතා පුරවැසියන් විසින් සුරැකිය යුතු ය. සංස්කෘතිය විසින් සාම්ප්‍රදායික ව කරනු ලබන්නේ මේ සුරැකීම ය. එහෙත් මේ වන විට සංස්කෘතියේ අධිකාරය ඉක්මවා ජන මාධ්‍ය විසින් මානව ධර්මතා සමාජය තුළ හසුරුවන තත්ත්වයක් ඇති වී තිබේ. හොඳ - නරක යනු සාපේක්ෂ දෙයකි. එහෙත් විශ්වීය ලෙස පිළිගන්නා හොඳ නරක පිළිබඳ අවබෝධය ප්‍රවර්ධනය කරන්නට ජන මාධ්‍ය සතු ව ඇත්තේ විශාල වගකීමකි.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. ගුවන්විදුලි ගීත වැඩසටහනකට සවන් දෙන්න. එම ගීත තුළින් ප්‍රකාශ වන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?
2. රූපවාහිනී නාට්‍යයක් නරඹන්න. එම කතන්දරය, එහි චරිතවල හැසිරීම, ඔවුන් කතා බහ කරන ආකාරය, එහි සිද්ධි තුළින් මතු කරන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?
3. පුවත්පතක ප්‍රවෘත්ති විශේෂාංග කිහිපයක් කියවන්න. ඒ තුළ ගොඩනැගෙන්නේ කෙබඳු මානව ධර්මතා ද?

5.4 සෞන්දර්යාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය

විනෝදාත්මක කාර්ය, රසඥතාව, නිර්මාණාත්මක චින්තනය හා සෞන්දර්ය හා සමාජ විඥානය යන ක්ෂේත්‍ර යටතේ සෞන්දර්යාත්මක නියෝජන අධ්‍යයනය කළ හැකි ය.

1). විනෝදාත්මක කාර්යය

මිනිසාට විනෝදය අවශ්‍යය. කුඩා දරුවාගේ සිට මහල්ලා දක්වා සැම දෙනා ම විනෝදාස්වාදය ලබා ගැනීමට කැමති වෙති. වර්තමාන සමාජයෙහි බොහෝ දෙනා විවිධ කාර්යයන්හි යෙදීම නිසා අවිවේකී ජීවිතයක් ගත කරති. විවිධ හේතුන් නිසා ආතතීන් හා මානසික පීඩා ඇති වේ. මේවා යම් තරමක් දුරට හෝ සමනය කර ගැනීමට අවස්ථාව ලැබෙන්නේ විනෝදය මගිනි. එසේ වුවත් විනෝදය අවශ්‍ය වන්නේ අවිවේකී ව සිටින්නන්ට පමණක් නො වේ. විවේකී ව සිටින්නන්ට ද විනෝදය අවශ්‍ය ය. පුද්ගලයන්ගේ විනෝදාංශ බොහෝ තිබෙන අතර, මාධ්‍ය පරිහරණය ඒ අතර පොදු කාරණයකි.

රූපවාහිනියේ නාට්‍ය, ගීත හා සංගීත වැඩසටහන්, කාටූන්, චිත්‍රපට හා රියැලිටි වැඩසටහන් නිසැක ව ම නරඹන්නන් ගේ විනෝදාස්වාදය මුල් කර ගෙන සකස් කරනු ලබන ඒවා ය. ගුවන්විදුලිය සංගීතයට හා ගීතයට මුල් තැන දෙන්නේ එය පොදු ජනයාගේ ප්‍රධාන විනෝදාස්වාද කාර්යයක් වන බැවිනි. ඒ හැර විවිධ විකට වැඩසටහන් ආදිය ද නාට්‍ය ද, විවිධ ආකෘති යටතේ ඉදිරිපත් කරන්නේ ශ්‍රාවකයන්ගේ විනෝදය සඳහා ය.

පුවත්පත් මෙයින් වෙනස් වේ. එසේ වුවත් පුවත්පත් අධ්‍යයනය කළ විට පෙනෙන්නේ එහි පළ වන කාටූන්, නිර්මාණ, ප්‍රහේලිකා, රසකතා විනෝදයක් ගෙන දෙන බව යි.

තම ග්‍රාහකයන්ට උසස් විනෝදාස්වාදයක් අත්පත් කර දීම ජන මාධ්‍යයේ යුතුකමකි. එහෙත් එය එසේ සිදු වන්නේ ඉතා අල්පවය. එයට හේතුව මාධ්‍යය එක් පැත්තකින් අලෙවිය අරමුණු කර ගන්නා අතර, අනෙක් පැත්තෙන් අනුග්‍රාහකයන්ගේ අවශ්‍යතා සපුරාලන බැවිනි. වැඩි ප්‍රමාණයක් ඇත්තේ ග්‍රාහකයන් පහත් රුචිකත්වය කරා යොමු වන විනෝදජනක නිර්මාණ ය. උසස් රුචිකත්වය පෝෂණය කරන විනෝදජනක නිර්මාණ ඇත්තේ ස්වල්පයකි.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. හාස්‍යෝත්පාදනය සඳහා ම රූපවාහිනී නාලිකාවකින් හෝ ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක ඉදිරිපත් කරන වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි හාස්‍යය උත්පාදනය වන්නේ කෙබඳු හේතුන් මත ද? එම හේතුන් නරඹන්නන් උසස් විනෝදයක් කරා යොමු කරන්නේ ද?

2. භාෂාව අනුචිත ලෙස උච්චාරණය කරමින් හාස්‍යය උත්පාදනය කරන්නට උත්සාහ ගන්නා ගුවන්විදුලි වැඩසටහනක් තෝරා ගන්න. එහි හාස්‍යය උත්පාදනය වන්නේ කෙබඳු හේතු නිසා ද? එම හේතු ඇත්තට ම හාස්‍යය උත්පාදනය කරනු ලබන්නේ ද?

3. විවිධ සාමාජීය සිද්ධි ඇතුළත් ව පුවත්පත්වල පළ කරන ප්‍රවෘත්ති විශේෂාංගයක් හෝ නිර්මාණයක් තෝරා ගන්න. එයට නමක් ද තිබේ. ඒ තුළ පළ වන සාමාජීය ප්‍රවෘත්ති ඉදිරිපත් කරන ආකාරය විනෝදජනක ද? එම සාමාජීය සිද්ධි කියවා අප සිනහසිය යුත්තේ ද? එවැනි සාමාජීය සිද්ධි ප්‍රවෘත්ති වශයෙන් පළ කිරීමේ අරමුණ කුමක් ද?

2). රසඥතාව

යම් රසයක් හඳුනාගැනීමට හා විඳ ගැනීමට පුද්ගලයකු සතු හැකියාව රසඥතාව යි. එය පුද්ගලබද්ධ වූ කාර්යයකි. ඒ ඒ පුද්ගලයා ලබා ඇති අධ්‍යාපනය, දැනුම, අත්දැකීම් හා සංස්කෘතික සාධක ආදිය මත රසඥතාව කෙබඳු දැයි තීරණය වේ.

නාට්‍යයක්, ගීතයක් හෝ සංගීතමය වැඩසටහනක් හෝ එසේත් නැතිනම් කවි පන්තියක් හෝ කොටස් වශයෙන් පළ වෙන නව කතාවක් හෝ රස විඳින්නට කෙනකුට හැකියාව ලැබෙන්නේ ඒ තැනැත්තා සතු රසඥතාව නිසා ය. පසිඳුරන් මගින් මෙසේ ලබා ගන්නා රසඥතාව කලා ලෝකයට වැදගත් වන සහෘදයන් බිහි කරයි. උසස් ලෙස විඳ ගැනීමට හැකි සහෘදයන් සිටීම කලාවක පැවැත්මට විශාල ශක්තියකි.

ජනතාව කෙබඳු රසඥතා මට්ටමකින් සිටින්නෝ ද? උසස් චින්තනයකින් යුත් අය තුළ උසස් රසඥතාවක් තිබීම ස්වාභාවික ය. එසේ ම පරිණත නො වූ චින්තනයකින් යුත් අය තුළ උසස් රසඥතාවක් තිබිය නො හැකි ය. මාධ්‍යයේ වාණිජ අරමුණු සමග සමපාත වන්නේ පරිණත නො වූ චින්තනයකින් යුත් අය ය. එයට හේතුව ඔවුන් පහසුවෙන් වෙළෙඳ අරමුණු වෙත පොලඹවා ගත හැකි බැවිනි. මාධ්‍ය අනුග්‍රාහකයන් ද වඩාත් කැමති වන්නේ ඔවුන්ට ය. උසස් රසඥතාවක් ජනතාව වෙත ලබා දීම මාධ්‍යයේ යුතුකමකි. එහෙත් පොදුවේ සිදු වී ඇත්තේ ද, සිදු වන්නේ ද පහත් හෝ බාල හෝ නිස්සාර හෝ වූ වින්දනයකින් යුතු මාධ්‍ය නිර්මාණ මගින් ග්‍රාහකයන් ග්‍රහණයට ගැනීම ය. එසේ තමන් ග්‍රහණයට ගන්නා බව ග්‍රාහකයන්ට නො වැටහේ.

මේ අතර මාධ්‍යයේ ඇති සීමාසහිත අවකාශය ප්‍රයෝජනයට ගනිමින් උසස් වින්දනයකින් යුත් මාධ්‍ය නිර්මාණ ද සුළු සංඛ්‍යාවක් ග්‍රාහකයා වෙත ඉදිරිපත් කරනු දකින්නට ලැබේ. මාධ්‍ය ලෝකයේ තරගකාරිත්වය තුළ වැඩි ග්‍රාහක පිරිසක් තමන් වෙත ආකර්ෂණය කරවා ගැනීම සඳහා වැඩි වැඩියෙන් මාධ්‍ය නිර්මාණවල අන්තර්ගතය ද, ආකෘතිය ද, ඉදිරිපත් කිරීම ද ගුණාත්මක වශයෙන් පහළ වැටී ඇත. වෙළෙඳ අනුග්‍රාහකයන් වඩාත් කැමති වන්නේ එවැනි මාධ්‍ය නිර්මාණයන්ට ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. වේග රිද්මය යොදා නැවත නිර්මාණය කරන ලද ගීතයක් ගායනා කිරීම රූපවාහිනියෙන් නරඹන්න. එහි මුල් ගීය සොයා ගෙන එය ද ශ්‍රවණය කරන්න. මුල් ගීයට වඩා ප්‍රති නිර්මාණය කරන ලද ගීයේ වෙනස්කම් මොනවා ද? එහි යොදා ඇති වේග රිද්ම සංගීතය එම ගීයේ අන්තර්ගතයට කොතරම් උචිත ද? එම ගායනා විලාසය එහි අන්තර්ගතයට කොතරම් උචිත ද? වඩා ජනප්‍රිය ව ඇත්තේ මුල් ගීය ද? ප්‍රති නිර්මාණය කරන ලද ගීය ද?
2. කාන්තාවන් පස් දෙනකු හා පිරිමින් පස් දෙනකු මුණගැසෙන්න. ඔවුන් ගුවන්විදුලි නාට්‍යයට දක්වන අදහස් අනුව ඔවුන් තුළ ඇත්තේ උසස් රසඥතාවක් ද පහත් රසඥතාවක් ද විමසන්න

3). නිර්මාණාත්මක චින්තනය

යම් සිදුවීමක්, අත්දැකීමක් පරිකල්පන ශක්තිය හෙවත් නිර්මාණාත්මක චින්තනය මෙහෙයවා අපූර්ව නව නිර්මාණයක් බවට පත් කළ හැකි ය. එවැනි ගැඹුරු නිර්මාණයක් හෝ සරල නිර්මාණයක් හෝ ග්‍රාහකයාට රස විඳිය හැකි ය. මෙහි දී සරල යනු පහත් යන්න නො වේ.

එහෙත් වර්තමානයේ පුවත්පත්වල පළ කරන හා ගුවන්විදුලියේ හා රූපවාහිනියේ විකාශ වන විවිධ නිර්මාණාත්මක දේ නිර්මාණය කිරීමේ දී උසස් නිර්මාණාත්මක චින්තනයක අවශ්‍යතාව විද්‍යාමාන වේ. මේ නිර්මාණාත්මක කාර්යයට වෙළෙඳ දැන්වීම් ද අයත් ය.

නිර්මාණයක් යනු නිර්මාණකරුගේ පරිකල්පන ප්‍රතිඵලයකි. ඒ නිසා යම් නිර්මාණයක් රස විඳින කෙනෙකු විඳින්නේ නිර්මාණකරුගේ නිර්මාණාත්මක චින්තන ශක්තියයි.

වර්තමානයේ ජන මාධ්‍ය මගින් ඉදිරිපත් වන විවිධ නිර්මාණ තුළ උසස් නිර්මාණකරණයන් මෙන් ම පහත් නිර්මාණකරනයන් පවතීද සිටී ද යන්න ග්‍රාහකයා විසින් හඳුනාගත යුතු ය.

පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී වෙළෙඳ දැන්වීමක් කීපවිටක් නරඹන්න. එම දැන්වීමේ නිර්මාණකරුගේ නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?
2. ගුවන්විදුලි නාලිකාවක ගීත වැඩසටහනක දුරකථන සංවාද කිහිපයකට සවන් දෙන්න. එයට සහභාගි වන නිවේදක ගේ හා අසන්නා ගේ නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?
3. පුවත්පතක කවි පිටුවක් කියවන්න. එහි කවි ලියා ඇති කවියන්ගේ ද එම කවි තෝරා ගත් සංස්කාරකගේ ද නිර්මාණාත්මක චින්තනය ගැන ඔබ සිතන්නේ කුමක් ද?

4). සෞන්දර්ය හා සමාජ විඥානය

සිත සතුටු කරවන සුලු බව සෞන්දර්ය යි. සංගීතය, නර්තනය, සාහිත්‍යය, කැටයම් හා මූර්ති, චිත්‍ර, සිනමාව හා ඡායාරූප ආදිය එසේ සෞන්දර්යාත්මක දේ ය. මිනිසා විසින් විශේෂයෙන් නිර්මාණය නො කළ ස්වාභාවික පරිසරය, ගහ කොළ, කුරුල්ලන් හා වන සතුන්, මල් ආදියේ ද තිබෙන්නේ සෞන්දර්ය යි.

සිය ග්‍රාහකයන් තුළ සතුට ඇති කිරීම සඳහා උචිත ලෙස සෞන්දර්ය යොදා ගැනීම ජන මාධ්‍යයේ වගකීමක් මෙන්ම යුතුකමකි.

එහෙත් සමාජයේ යථාර්ථය හා ගැඹුර තේරුම් ගැනීමකින් තොර ව සෞන්දර්යය විඳ ගැනීම අසම්පූර්ණ වේ. උදාහරණයක් වශයෙන් ගම්බද දැරියක ගේ ඡායාරූපයක සෞන්දර්ය විඳ ගන්නේ කෙසේ ද? දැරිය ගේ සැබෑ සමාජ සම්බන්ධතා අනාවරණය කර ගැනීමට හැකි වීම සමාජ විඥානය යි. එසේ හඳුනාගැනීමකින් තොර ව එම ඡායාරූපයේ තාක්ෂණික ලක්ෂණ පමණක් විමසා බලා එහි සෞන්දර්ය සැබෑ ලෙස විඳ ගත නො හැකි ය.

සෞන්දර්ය ඉදිරිපත් වන්නේ සමාජ විඥානයේ ස්වරූපයක් ලෙසිනි. ලෝකය දෙස සංවේදී ව, කලාත්මක ව, යථාර්ථවාදී ව හා සානුකම්පිත ව බැලීම සමාජ විඥානයේ ලක්ෂණයයි. දේශපාලනය, විද්‍යාව, ආගම, කලාව, නීතිය ආදී බොහෝ දේ සමාජ විඥානයට අයත් වේ. යම් නිර්මාණයක සෞන්දර්යාත්මක පැතිකඩ නිම වන්නේ සමාජ විඥානය පාදක කර ගෙන ය.

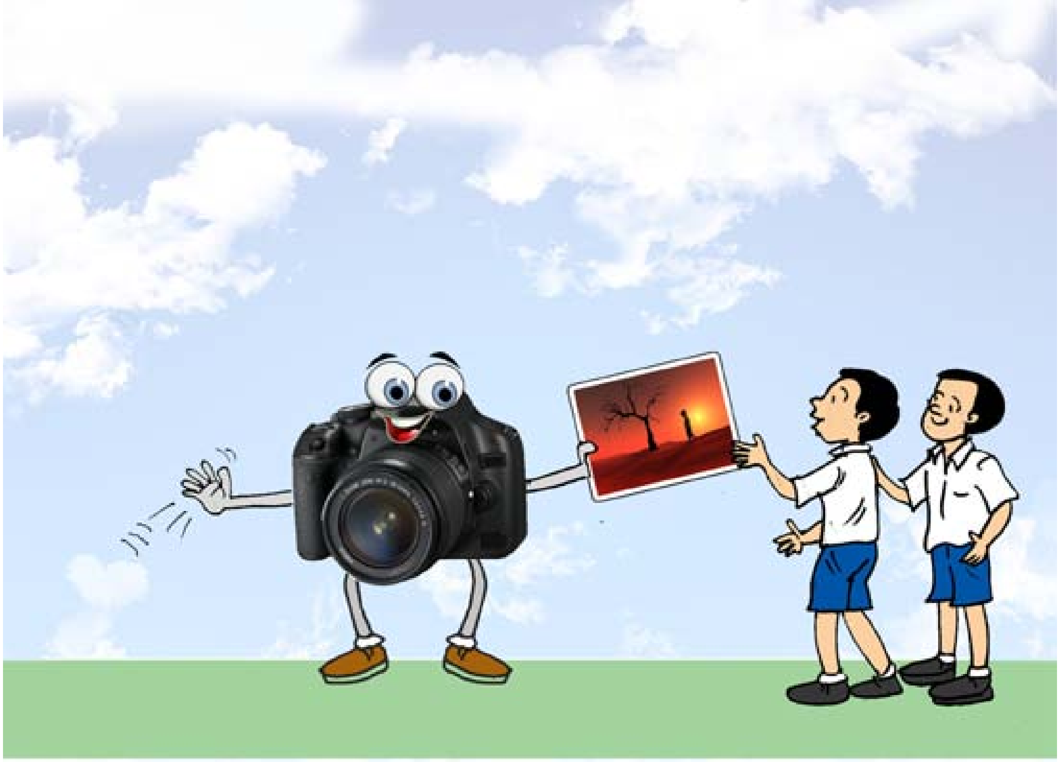
පහත සඳහන් අවස්ථා අධ්‍යයනය කරන්න.

1. රූපවාහිනී වැඩසටහනක මූර්ති ශිල්පියෙකුගේ නිර්මාණ පිළිබඳව ඉදිරිපත් කරන කරුණු හා ඒ නිර්මාණ හා වැඩසටහන කොතෙක් සෞන්දර්යාත්මකදැයි නිරීක්ෂණය කරන්න.
2. යම් සිද්ධියක් පිළිබඳ ව හාස්‍යය මතු කිරීමේ අරමුණින් පුවත්පතක පළ වන ප්‍රවෘත්තියක් කියවන්න. එම ප්‍රවෘත්තියේ මතු පිට ඇති කරන හාස්‍යයට යටින් ඇති සමාජ යථාර්ථය තේරුම් ගැනීමට හැකිද?
3. උසස් පද මාලාවකින් යුක්ත ව නිර්මාණය කරන ලද ගුවන් විදුලි ගීතයක් ගායනයේ වචන සමග බැඳුණු සමාජ යථාර්ථය තේරුම් ගන්නට ඔබට පුළුවන් ද?

සමස්තයක් වශයෙන් ගත් විට ජන මාධ්‍ය නියෝජන අධ්‍යයනය මගින් ග්‍රාහකයා විචාරශීලී පුද්ගලයකු බවට පත් කරයි. වඩාත් උසස් මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් ඇති කළ හැක්කේ යම් සමාජයක සාමාජිකයන් වැඩි පිරිසක් විචාරශීලී ව කටයුතු කිරීමෙනි.



06 නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පීය නිපුණතා



අභිමතාර්ථ

ඡායාරූප ගැනීමට සේයා පටල යොදන යාන්ත්‍රික කැමරාව මේ වන විට යල් පැන ගිය එකකි. ඩිජිටල් කැමරාව සුලබ ලෙස සමාජයේ භාවිතයට පැමිණ ඇත. එයට සේයා පටල අවශ්‍ය නො වේ. මිල අධික වෘත්තීය මට්ටමේ ඩිජිටල් කැමරා මෙන් ම මිලෙන් අඩු සාමාන්‍ය භාවිතයට යොදා ගත හැකි ඩිජිටල් කැමරා ද එදිනෙදා ජීවිතයේ පරිහරණයට පිවිස තිබේ. එපමණක් නො ව මේ වන විට ජංගම දුරකථනය ද නිමවා ඇත්තේ ඩිජිටල් කැමරා පහසුකම් සහිත ව ය.

කැමරාවෙන් ඡායාරූප ගැනීම ඉතා නිර්මාණශීලී කාර්යයකි. එහි දී බලපාන්නේ පුද්ගලයාගේ නිර්මාණශීලී ඇස හා චින්තනයයි. පාසල් මට්ටමේ දී නිශ්චල ඡායාරූප පිළිබඳ මූලික නිපුණතා අත්පත් කර ගැනීමට හැකි වීම ඉතා ප්‍රියජනක කාර්යයකි. ඒ මගින් නිවැරදි ව ඡායාරූපයක් ගන්නේ කෙසේදැයි අත්දැකීමක් ලබා ගත හැකි ය. එය සමහර විට කෙනකුගේ නිර්මාණකරණයේ ආරම්භයක් විය හැකි ය. නිශ්චල ඡායාරූප ගැනීමේ සිද්ධාන්ත පමණක් නොව එයට අදාළ ආචාර ධර්ම හා නෛතික කරුණු ද දැන ගැනීම අවශ්‍ය ය.

6. නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පීය නිපුණතා

6.0 ප්‍රවේශය

නිශ්චල ඡායාරූපයක් ගැනීමේ දී පාර්ශ්ව හතරක් එයට සම්බන්ධ වේ. පළමු පාර්ශ්වය නම් ඡායාරූප ශිල්පියා ය. දෙවන පාර්ශ්වය නම් කැමරාව ය. තුන් වන පාර්ශ්වය නම් අරමුණ හෙවත් අපේක්ෂිත දර්ශනය ය. හතරවන පාර්ශ්වය නම් ආලෝකය ය.

ඡායාරූප ගැනීමේ නිපුණතා සංවර්ධනය වන්නේ ඡායාරූප ශිල්පියා තුළ ය. කැමරාව හසුරුවන්නේ ශිල්පියා ය. කැමරාවේ තාක්ෂණය මෙහි දී වැදගත් වේ. එසේ වුවත් වඩාත් වැදගත් වන්නේ ශිල්පියා ගේ ඇස ය. දර්ශනය නිසි ලෙස හසු කර ගත හැක්කේ ඇසිනි. එය සටහන් කර ගැනීමේ කාර්යය කැමරාව විසින් ඉටු කරනු ලබයි. එම සටහන් කර ගැනීම සිදු වන්නේ ආලෝකය පාදක කර ගෙන ය.

ඡායාරූප බැලීමට අපි ප්‍රිය කරන්නෙමු. ඡායාරූප නිර්මාණය කර ඇත්තේ ඡායාරූප ශිල්පීන් විසිනි. කිසි දා කැමරාවක් අතින් අල්ලා නැති කෙනෙකුට වුව ද ඒ පිළිබඳ කැප වීමෙන් කටයුතු කිරීමෙන් නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පීය මූලික නිපුණතා අත්පත් කර ගත හැකි ය. ඒ නිසා නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පයට අදාළ ඔබගේ පෙර දැනුම හෝ අත්දැකීම් හෝ මෙහි දී ගැටලුවක් නො වේ. වඩාත් ම වැදගත් වන්නේ ලෝකය දෙස බලන්නට 'හොඳ ඇසක්' තිබීම ය. කැමරාව සටහන් කර ගන්නේ ඔබගේ ඇසින් දකින දර්ශනයයි.

නිශ්චල ඡායාරූපයක් යනු දර්ශනයක එක් නිමේෂයක් සටහන් කර ගැනීමකි.

මේ සඳහා යොදා ගත හැකි කැමරා වර්ග දෙකකි.

1. සේයා පටල



6.1 රූපය

2. ඩිජිටල්



6.2 රූපය

අමිල,...භානුක,...චමරි: සුබ උදෑසනක් වේවා! සර්....

ගුරුතුමා: සුබ උදෑසනක් වේවා! මොකද මේ තුන්දෙනත් එක්ක උදේ පාන්දරම....?

භානුක: සර්, අපේ මාධ්‍ය සමාජයෙන් ප්‍රකාශයට පත් කරන සඟරාවේ ඊළඟ කලාපයට ලිපියක් ලියන්න මම හිතාගෙන ඉන්නවා....

ගුරුතුමා: බොහොම හොඳයි.... චමරිත් සංස්කාරක මණ්ඩලයේ ඉන්නවානේ. හැමෝ ම සහයෝගයෙන් වැඩ කරන එක හොඳයි. දැන් මගෙන් මොනව ද කෙරෙන්න ඕන?

භානුකඃ	නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පයේ ප්‍රායෝගික භාවිතාව කියන මාතෘකාව යටතේ තමයි, මම ලිපිය ලියන්න බලාපොරොත්තු වෙන්නෙ....
ගුරුතුමාඃ	ඒක හොඳයි. අද කලාවක් විදියටත්, කර්මාන්තයක් විදියටත් නිශ්චල ඡායාරූපකරණයට හොඳ වටිනාකමක් තියනවා. අනෙක නිශ්චල ඡායාරූපය කියන්නේ හොඳ ප්‍රකාශන මාධ්‍යයක්.
චමරිඃ	ඒ කියන්නේ සර්.... කවි - නිසැදැස් ලිවීම, ගීත නිර්මාණය, කෙටිකතා රචනය, ප්‍රවෘත්ති වාර්තාකරණය වගේ අදහස් හෝ තොරතුරු නිර්මාණශීලී ලෙස හෝ වාර්තාමය ස්වරූපයෙන් හෝ ඉදිරිපත් කරන්න ඡායාරූපය භාවිතයට ගන්න පුළුවන් කියන එක නේ ද?
ගුරුතුමාඃ	චමරි හරි.
අමිලඃ	ඒ වුණාට අපි භාෂාව යොදාගෙන කතා කිරීම හෝ ලිවීම හෝ ඡායාරූපයට සමාන කරන්න පුළුවන් ද....?
භානුකඃ	භාෂාව යොදාගෙන අපි යෙදෙන්නේ වාචික හෝ ලිඛිත සන්නිවේදනයේ. නිශ්චල ඡායාරූපය කියන්නෙ දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක්,.... වචන ගණනාවකින් කියන්න බැරි දේවල් පවා එක් ඡායාරූපයකින් කියන්න පුළුවන් කියල සඟරාවක තිබුණා.

නිශ්චල ඡායාරූපකරණයේ විශේෂතා

- ගත වී යන කාලයෙන් එක් මොහොතක් නවතා ගැනීමට නිශ්චල ඡායාරූපයකට හැකියාව ඇත.
- යමක් ඇසින් දැක ගැනීමට හැකි වීම නිසා ග්‍රාහකයා තුළ වැඩි විශ්වාසයක් ජනිත කළ හැකි ය.
- වචනයෙන් විස්තර කළ නො හැකි දේ ඡායාරූපයකින් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය.

6.1 වගුව

ගුරුතුමාඃ	ඔව් අමිල,.... භාෂාවෙන් විස්තර කරල තේරුම් ගන්න අපහසු බොහෝ දේ අපට රූපයෙන් දැකල පහසුවෙන් තේරුම් ගන්න හැකියාව තියෙනවා. අපි සරල උදාහරණයක් ගනිමු.
අමිල,	මට තේරුනා සර්,.... මගේ ගාව ඒකට හොඳ උදාහරණයක් තියෙනවා.
චමරිඃ	ඒ මොකක්ද....?
අමිලඃ	මේ තියෙන්නේ පහුගිය සති අන්තයේ අපේ පවුලෙ අය පින්නවල ඇත් අතුරු සෙවණ බලන්න ගිහින් ගත්ත පින්තූර. මේවා ඔය ගොල්ලොන්ට පෙන්නන්නයි මම ගෙනාවෙ.
භානුකඃ	ෂා....ඔයාලා හොඳට විනෝදවෙලා තියනවා වගෙයි.
චමරිඃ	මේ.... මේ අමිල අලි පැටවුන්ට කෑමත් දෙනවා.
භානුකඃ	මේ ඇත් පැටියා නම් හරි දඟකාරයෙක් වගෙයි පේන්නේ...
අමිලඃ	ඔව්....එයාට නම් කොච්චර පලතුරු දුන්නත් මදි.





6:3 රූපය

චමරි: භානුකලා අලි නාවන තැනටත් ගිහිල්ලා. මේ බලන්න අලියෙක් හොඬයෙන් වතුර පිඹින ලස්සන.

ගුරුතුමා: දැන් ඔයාලාට තේරෙනවා නේද ඡායාරූපයේ ප්‍රකාශන හැකියාව.... භානුකත් චමරිත්, අමිල එක්ක පින්නවල නොගියාට අමිලගේ විනෝද චාරිකාව ගැන බොහෝ දේවල් ඡායාරූප දැකල විඳින්න පුළුවන් වුණා.

භානුක: ඔව් සර්,....දැන් අපිට තේරෙනවා.

චමරි: සර්,....මේ වගේ ගත වෙලා යන සිදුවීමක් නිශ්චල ඡායාරූපයකට හසු කර ගත්තම කාලයක් තිස්සේ තියාගන්නත් පුළුවන් නේද?

ගුරුතුමා: ඔව්. අපේ ජීවිතයේ වැදගත් සිදුවීම්, අපට සමීප අය ආදිය ඇතුළත් ඡායාරූප ළඟ තියාගන්න අපි කැමතියි නේ ද?

අමිල: අපේ අත්තම්මගෙයි සීයගෙයි මංගල පින්තූරයයි, අම්මගෙයි, තාත්තගෙයි, මංගල පින්තූරයයි, දෙකම රාමු කරල අපේ ගෙදර තියනවා.

චමරි: මම පුංචි කාලෙ එක එක වයසෙ දි ගත්ත පින්තූර එකතු කරල අපේ අම්ම ඇල්බම් එකක් හදලා තියනවා. මම හරි ආසයි ඒ ඇල්බම් එක බලන්න.

භානුක: ඇයි ? අපි පින්නවල ගිහින් ගත්තු පින්තූර අපේ තාත්තා ෆේස්බුක් එකට එකතු කළා, ඕස්ට්‍රේලියාවේ ඉන්න නැන්දට බලන්න.

චමරි: අපෝ.... ඉන්ටර්නෙට් එකට තමන්ගෙ පින්තූර දාන එක නම් එච්චර හොඳ නැහැ නේද සර්....?

ගුරුතුමා: ඔව් චමරි,.... අපි අන්තර්ජාලයට පින්තූර නිකුත් කරන විට තමන්ගේත් අනුන්ගේත් පෞද්ගලිකත්වයට හානියක් සිදු නො වන විදියට වගකීමෙන් යුතුව කරන්න ඕන.

අමිල: අපි මේ කතා කරපු දේවලින් මට නම් හිතෙන්නේ සිහිවටන තබා ගැනීමට නිශ්චල ඡායාරූපය ප්‍රයෝජනවත් වන බවයි.

ගුරුතුමා: ඔව් අමිල,.... අපේ පෞද්ගලික සිහිවටන විතරක් නොවෙයි ජාතික වශයෙන් වැදගත් අවස්ථා, එක් එක් ආයතනික වශයෙන් වැදගත් අවස්ථා ලෙසත් සිහිවටන 'ඡායාරූප දැකගන්න පුළුවනි. ඔයාලා දැකල තියන ජාතික වශයෙන් වැදගත් ඡායාරූප මොනවා ද?

භානුක: පත්තරේ මම දැක්ක නිදහස් දින උත්සවයේ පින්තූරයක්.

චමරි: සර්,.... අපි ඉස්කෝලෙ සංවත්සර උත්සවයේ පින්තූර පාසල් වෙබ් අඩවියේ පළ කළා.

ගුරුතුමා: ඒවා ආයතනික වශයෙන් වැදගත් වන පින්තූර ලෙස හඳුන්වන්න පුළුවනි. භානුක,... අද පුවත්පත්, පොත්, සඟරා, අත්පත්‍රිකා, පෝස්ටර් වගේ මුද්‍රිත මාධ්‍යවලටත් ඡායාරූපය නැතිවම බැරි දෙයක් බවට පත්වෙලා තියනවා. ඔයාගේ ලිපියට ඒ ගැනත් ඇතුළත් කරන්න පුළුවනි.

අමිල: අපේ සඟරාවේ පිටකවරයටත් ඡායාරූපයක් යොදා ගෙන තියෙනවා.

භානුක: සර්,.... මුද්‍රිත මාධ්‍ය අතරින් පුවත්පත් ඡායාරූපය භාවිත කරන ආකාරය ගැන විශේෂයෙන් සාකච්ඡා කරන්න මම බලාපොරොත්තු වෙනවා.

ගුරුතුමා: ඒක හොඳයි. මුල් කාලයේ පත්තරවල අකුරුවලට අමතර ව යොදා ගත්තේ

ඡායාරූපයේ ප්‍රායෝගික භාවිතය

අද ඡායාරූපය ඉතාමත් ජනප්‍රිය මාධ්‍යයක් බවට පත්ව ඇත්තේ එය සමාජයේ බොහෝ අංශ සමග බැඳී පවතින නිසාය. ඡායාරූප ශිල්පය අයෙකුට ආකාර කිහිපයකට ප්‍රයෝජනවත් විය හැකිය.

- **ඡායාරූප ශිල්පය වෘත්තියක් ලෙස**
  අද සමාජයේ ඡායාරූප ශිල්පය ඉතාමත් සාර්ථක වෘත්තියක් හා ව්‍යාපාරයක් ලෙස ස්ථාපිත වී ඇත.
- **ඡායාරූප ශිල්පය විනෝදාංශයක් හා කලා මාධ්‍යයක් ලෙස**
  නිශ්චල ඡායාරූපයේ වින්දනීය ස්වභාවය ඕනෑ ම අයකුට තම මානසික සන්තුෂ්ටිය වෙනුවෙන් යොදා ගත හැකි ය.
- **ඡායාරූප ශිල්පය විෂය මූලික අවශ්‍යතාවක් ලෙස**
  තැපැල් හැඳුනුම්පත, ජාතික හැඳුනුම්පත, විදේශ ගමන බලපත්‍රය, රියදුරු බලපත්‍රය ආදියට පුද්ගලයකුගේ අනන්‍යතාව ඇතුළත් කිරීමට ඡායාරූප හැර වෙනත් විකල්පයක් නොමැත.



6.3 රූපය - ජාතික උත්සවයක්
2014 ලෝක තරුණ සමුළුව-ශ්‍රී ලංකාව

	අතින් ඇඳපු චිත්‍ර හා රූප සටහන්. නමුත් ඡායාරූපය බිහිවුණාට පස්සේ ඒ වෙනුවට ඡායාරූප භාවිතය බොහොම ප්‍රචලිත වුණා. ඡායාරූපය පුවත්පත එක්ක කොයි තරම් දුරට සම්බන්ධ වුණාද කියනවා නම් ඡායාරූප පුවත්පත් කලාව (Photo Journalism) නමින් නව ප්‍රවණතාවකුත් බිහිවුණා.
චමරි:	පුවත්පත් කලාව කියන්නේ ඡායාරූප ශිල්පයේ උපරිම හැකියාවන් තම මාධ්‍යයේ වාසියට අරගත්ත මාධ්‍යයක් නේද සර්....?
ගුරුතුමා:	ඔව්, ඡායාරූපයේ ඇති ප්‍රබල ප්‍රකාශනාත්මක හැකියාව ප්‍රවෘත්ති, විශේෂාංග, දැන්වීම්වලට අවශ්‍ය විදියට පාවිච්චි කරනවා. කළු සුදු ඡායාරූප වගේම වර්ණ ඡායාරූපත් පුවත්පත්වල පළ වනවා ඔයගොල්ලො දැකලා ඇති. ඡායාරූපයක් වර්ණයෙන් පළ කරනව ද කළු සුදු වර්ණයෙන් පළ කරනවාද, කියන එක මාධ්‍යයේ අවශ්‍යතාව අනුව තීරණය වනවා.

ඡායාරූප පුවත්පත් කලාව

- ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප කලාව
- විශේෂාංග ඡායාරූප කලාව
- දැන්වීම් ඡායාරූප කලාව

චමරි:	මතු කර දක්වන්න අවශ්‍ය ප්‍රබල සිදුවීම් වර්ණ ඡායාරූපයෙන් පළ කරනවා.
ගුරුතුමා	ඔව්. වර්ණ ඡායාරූපයට වැඩිය වියදමකුත්, කළු සුදු ඡායාරූපයට අඩු වියදමකුත් වැයවන නිසා ඡායාරූප ශිල්පියාගේ ගෙවීම්වලටත් ඒක බලපනවා.
අමිල:	සර්,.... චිත්‍රපටි, රූපවාහිනී නාට්‍යවල නාමාවලියේ නිශ්චල ඡායාරූපකරණය කියල තියනවා මම දැකලා තියනවා.

නිශ්චල ඡායාරූප භාවිත නිසා
මුද්‍රිත මාධ්‍යයට ලැබෙන වාසි

- අදහස් ප්‍රබල ව ඉදිරිපත් කිරීමට ඇති හැකියාව
- තාත්වික බව නිසා ග්‍රාහක විශ්වසනීයත්වය දිනා ගැනීමට හැකිවීම
- පහසුවෙන් ග්‍රාහක ආකර්ශනය ලබා ගැනීමට හැකි වීම
- පහසුවෙන් මුද්‍රණ තාක්ෂණය හා අනුගත වීමට ඇති හැකියාව
- ඕනෑ ම අයෙකුට පහසුවෙන් තේරුම් ගැනීමට ඇති හැකියාව

භානුක:	ඔයා ඉතින් චිත්‍රපටි පිස්සානේ
අමිල:	ඔයා ඉන්නකො. සර්,.... මම බලන්නේ ළමා චිත්‍රපටනේ. ඒ චිත්‍රපටිවල අපිට ගන්න ගොඩක් ආදර්ශවත් දේ තියනවා.

ගුරුතුමා: අමිල හරි. සිනමාව කියන්නේ හොඳ කලා මාධ්‍යයක්. සිනමා සහ රූපවාහිනී මාධ්‍යවලදීත් ඡායාරූප ශිල්පය ගොඩක් ප්‍රයෝජනවත් වනවා. සිනමා රූප ගතකිරීම්වල දී අඛණ්ඩතාව ආරක්ෂා කර ගන්න සෑම රූප රාමුවක ම ලබා ගන්න ඡායාරූප වැදගත් වෙනවා.

චමරි: අඛණ්ඩතාව කියන්නේ සෑම රූප රාමුවක් අතර ම පිළිගත හැකි ගලා යාමක් පවත්වා ගැනීම කියලා අර්ථ දක්වන්න පුළුවන් නේ ද?

ගුරුතුමා: ඔව්,... දර්ශනයක් වරින් වර රූප ගත කිරීම් කරන කොට කලින් අවස්ථාවේ දර්ශන තලයේ තිබූ පසුතලය, නළු නිළියන්ගේ ඇඳුම් පැලඳුම්, අංග රචනය වගේ දේවල් තිබුණ ආකාරය බලා ගන්න ඡායාරූපය ප්‍රයෝජනවත් වනවා. රූප ගතකිරීම් අතරතුර මේ දේවල් ඡායාරූපයට නගා ගන්නවා.



6:4 රූපය - සිහිවටන ඡායාරූපයක්
1996 ලෝක ක්‍රිකට් කුසලානය
ලබා ගැනීම - ශ්‍රී ලංකාව

අමිල: සිනමා හෝ රූපවාහිනී නිර්මාණයක ප්‍රචාරක කටයුතුවලටත් ඡායාරූප පාවිච්චි කරනවා.

භානුක: අපි ඡායාරූප ශිල්පයේ ප්‍රායෝගික භාවිතාව ගැන ගොඩක් කරුණු දැන ගත්ත. සර්ට ගොඩක් ස්තුතියි.

ගුරුතුමා: ඡායාරූප ශිල්පයෙන් තවත් බොහෝ ප්‍රයෝජන සමාජයට ලැබෙනවා. ඔය ගොල්ලෝ ඒ ගැනත් සොයා බලන්න.

6.1 සේයා රූ තාක්ෂණය සුළ මුල සොයමු

ලක්ෂාන්: ප්‍රදර්ශනය බලන්න එන හැමෝ ම අපේ මාධ්‍ය සමාජයේ ප්‍රදර්ශන කුටියට වැඩි කැමැත්තක් තියෙන බව පේනවා

නලින්: ලක්ෂාන් අයියේ,... ඒ කුටියේ ඡායාරූපකරණය ගැන ගොඩක් විස්තර කියනවා කියලා මට අනිල් කිව්වා.

ලක්ෂාන්: ඔව් කැමරාවේ තාක්ෂණික ක්‍රියාකාරීත්වය, කැමරා වර්ග ආදිය ගැනත් අපි ප්‍රදර්ශන කුටියට ඇතුළත් කරලයි තියෙන්නේ.

අමිල: අනේ අයියෙ, මටත් ආසයි නිශ්චල කැමරාවේ ක්‍රියාකාරීත්වය ගැන දැන ගන්න.

නලින්: ඔයාට පුළුවන් හැම විස්තරයක්ම බලා ගන්න යමුකෝ ඒ පැත්තට.

අමාලි: ආ.... මේ තියෙන්නේ නිශ්චල කැමරාවේ සරල ක්‍රියාකාරීත්වය ගැන විස්තර.

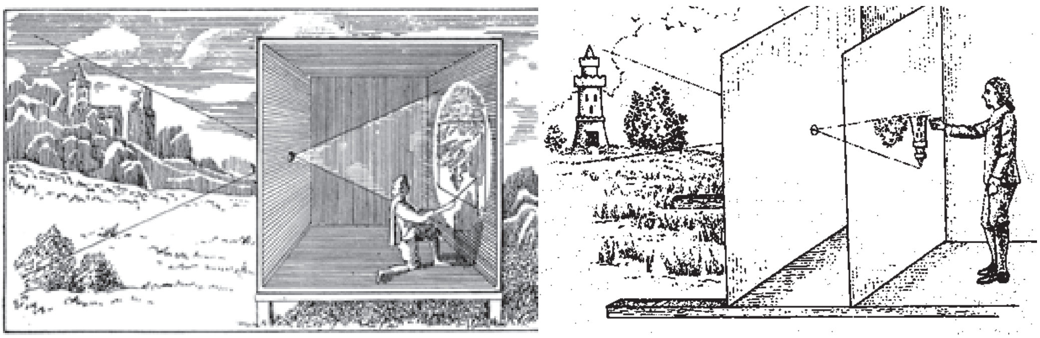
ලක්ෂාන්: මේ තියෙන්නේ කැමරා ඔබ්ස්කියුරාව කියන උපකරණයයි. කැමරාව බිහි වන්න අවශ්‍ය මූලික පදනම ගොඩනැගෙන්නේ මේ උපකරණය නිසා. මේ කළුවර කුටීරයක්. එහි තිබෙන කුඩා සිදුරෙන් අලෝක කිරණ කුටීරයට ඇතුළු වී ප්‍රතිවිරුද්ධ බිත්තියේ ප්‍රතිබිම්බයක් සකස් කරනවා.

නලින්: මේ උපකරණය මුලින්ම යොදා ගෙන තියෙන්නේ චිත්‍ර ශිල්පීන් නේ ද?

ලක්ෂාන්: ඔව්. ස්වභාවිකත්වයට සමීප චිත්‍ර අඳින්න මේ උපකරණය පාවිච්චි කළා. ශිල්පියා කුටිය තුළට ගිහින් බිත්තියේ ඇති ප්‍රතිබිම්භය මත චිත්‍රණය කරනවා.

අමාලි: හරි හරි කැමරාවේ ක්‍රියාකාරිත්වයත් මීට සමානයි, මට තේරුණා. කැමරාව කියන්නෙත් කළුවර කුටීරයක් කිව්වොත් නිවැරදියි. ඒත් අයියෙ, අපි ඡායාරූප ගන්නකොට ෆිල්ම් (Film) රෝලක් දානවා නේ ද?

ලක්ෂාන්: කළුවර කුටීරය තුළට චිත්‍ර ශිල්පියා ගිහින් චිත්‍රය සටහන් කරගන්නවාට සමාන දෙයක් තමයි ෆිල්ම් රෝල, ඒ කියන්නේ පටල පටයෙන් සිදු කරන්නෙ. කැමරාව තුළ ඇති වන ප්‍රතිබිම්බය සටහන් කර ගන්නේ පටල පටය මතයි.



6.5 රූපය - කැමරා ඔබ්ස්කියුරාව(Camara Obscura) ඡායාරූපය

නලීන්: අමාලි,.... ඒ කියන්නේ ඡායාරූපකරණය කියන්නේ චිත්‍ර ශිල්පියෙක් කැන්වස් එකක් මත චිත්‍රයක් ඇඳීමට සමාන දෙයක් නේද?

අමාලි: ඔව් නලීන්,.... කැන්වස් එක වෙනුවට භාවිත වෙන්නේ පටල පටය, සායම් තීන්ත වෙනුවට භාවිත වෙන්නේ ආලෝකය.

ලක්ෂාන්: මේ කොටසේ ප්‍රදර්ශනය කරල තියෙන්නේ සේයා පටලය ගැන විස්තර. සාමාන්‍යයෙන් අපි මිලදී ගන්න, භාවිත නොකළ සේයා පටලයක් ඇසුරුම් කරල තියෙන්නේ ආලෝකය නො ලැබෙන විදියටයි. සේයා පටලය කැමරාවට ඇතුළු කරද්දිත් අපි ඒ ගැන සැලකිලිමත් වෙනවා. මේ සේයා පටලය ආලෝකයට නිරාවරණය වන්නේ කැමරාව තුළ දී, ඒ කියන්නේ අපි ඡායාරූපය සටහන් කර ගන්නා අවස්ථාවේ දීයි. මේ ක්‍රියාවලියට ඡායාරූප ශිල්පයේ දී කියනව අනාවරණය ලබා දීම කියලා. අනාවරණය ලබා දීමේ දී කැමරා ද්වාරයේ ක්‍රියාකාරිත්වය අවශ්‍ය වනවා.

නලීන්: දවසක් පින්තූර ගත්තට පස්සේ අපේ මල්ලි පින්තූර බලන්න කියල කැමරාව ඇරල ෆිල්ම් රෝලම දිග ඇරියනෙ.

අමාලි:	එහෙම කළොත් පින්තූර නරක් වෙනවා නේද අයියේ ?
ලක්ෂාන්:	අනාවරණය කරපු පටල පටයක් තවත් රසායනික ක්‍රියාවකට භාජනය කළාට පස්සේ තමයි රූපය මතු කර ගන්න පුළුවන් වෙන්නේ. එම ක්‍රියාවලිය හඳුන්වන්නේ රසායනික පැසුරුම්කරණය (Processing) කියලා. එතෙක් සේයා පටලය ආලෝකයට නිරාවරණය වෙන්න නොදී ආරක්ෂා කර ගන්න ඕන. ඒ වගේම අධික තාපයට ලක් නොවන විදියට සිසිල් ස්ථානයක ගබඩාකර තිබීමත් වැදගත්.
නලීන්:	එතකොට පැසුරුම් කළාට පස්සේ ද මේ විදියේ නෙගෙටිව් එකක් / Negative (ඍණ ඵලකයක්) ලැබෙන්නේ?
ලක්ෂාන්:	ඔව්,.... ඍණ සේයා පලයක සටහන් වන්නේ ඍණ ප්‍රතිබිම්බයක්. ඒක මුද්‍රණය කළාට පස්සේ ධන ඵලකයක් බවට පත් වෙනවා. ඍණ සේයා පලයකින් පිටපත් ඕනෑ ම ගණනක් මුද්‍රණය කරගන්න පුළුවනි. වර්ණ විනිවිදක පටලයක සටහන් වන්නේ ධන ප්‍රතිබිම්බයක්.
අමාලි:	එතකොට ස්ලයිඩ් ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රයට පාවිච්චි කරන විනිවිදක හදා ගන්නේ වර්ණ විනිවිදක සේයා පටලවලින් නේද?
නලීන්:	ඔව්, ඔව්. එහෙනම් කැමරාවකට වර්ණ විනිවිදක පටලයක් යොදා ගෙන අපිටත් පුළුවන් නේද අවශ්‍ය ස්ලයිඩ් හදා ගන්න.
ලක්ෂාන්:	ඔව් ඒක සාමාන්‍ය ඡායාරූපයක් ගන්නවා වගේ ක්‍රියාවලියක්. ඒත් කළු සුදු පටල පටයත්, වර්ණ පටල පටයත්, ධන පටල පටයත් පැසුරුම් කරන ආකාරයේ වෙනස්කම් තියනවා.

බිංදුවේ හපන්කම්

නලීන්:	අමාලි මොකක් ද? මේ එක බිංදුවේ හපන්කම් කියන්නේ?
අමාලි:	අනේ මන්ද? මටත් තේරෙන්නේ නැහැ. අන්න අපට සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය උගන්වන ධම්මික සර් ඉන්නවා. අපි අහල බලමු.
ගුරුතුමා:	මොකද ? මේ දෙන්නට ප්‍රශ්නයක් වගෙයි.
නලීන්:	සර් මේ නම් කරල තියන මාතෘකාව අපිට තේරුනේ නැහැ.
ලක්ෂාන්:	අපි ඉස්සරහට ගිහිල්ල බලමුකෝ.
අමාලි:	හරි හරි මේ තියෙන්නේ ඩිජිටල් ඡායාරූපකරණය ගැන තොරතුරු. ඒත් එක බිංදු කියන්නේ මොකක් ද?
ගුරුතුමා:	මම කියල දෙන්නම්. සංඛ්‍යාංක (Digital) තාක්ෂණය කියන්නේ විද්‍යුත් උපකරණවල පරිපථ සකස් කිරීමේ දී යොදා ගන්නා තාක්ෂණයක්. සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය පැමිණෙන්න කලින් භාවිත වුණේ ප්‍රතිසම (Analog) තාක්ෂණය. සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණයේ දී විද්‍යුත් සංඥාවක් ගමන කරන්නේ ස්පන්ද ආකාරයටයි. ඒ කියන්නේ විදුලිය ගමන් කිරීම හෝ නොකිරීම පදනම් කරගෙනයි. විද්‍යුත් ධාරාවක් පැවතීම 1 (එක) ලෙසත් විද්‍යුත් ධාරාවක් නොපැවතීම 0 (බිංදුව) ලෙසත් හඳුනා ගන්නවා. මේ ක්‍රමයට ඕනෑ ම තොරතුරක් එක සහ බිංදුවෙන් සංකේතවත් කරන්න පුළුවන්. යම් උපකරණයකට තොරතුරු හෝ උපදෙස් ලබාදීම, තොරතුරු ගබඩා කිරීම, නැවත ඒවා පරිහරණය කිරීම යන අවස්ථාවල දී අපි ඉංග්‍රීසි, සිංහල වගේ කුමන හෝ භාෂාවක් යොදා ගන්නවා.

	නමුත් සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය අනුව නිපද වූ උපකරණයක් අපේ තොරතුරු හඳුනා ගන්නේ 1 සහ 0 යන සංකේතවලට පරිවර්තනය කර ගත්තට පස්සෙ.
නලින්:	එතකොට සංඛ්‍යාංක ඡායාරූපකරණය කියන්නේ, ඡායාරූපකරණයට සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය උපයෝග කරගැනීම කිව්වොත් හරි.

සිනමා හා රූපවාහිනී මාධ්‍යයේ නිශ්චල ඡායාරූප භාවිතය

- රූපගත කිරීම්වල දී පාත්‍ර වර්ගයාගේ දර්ශනතලවල අංග රචනා, වස්ත්‍රාභරණ හා පසුතලය ආදියෙහි අඛණ්ඩතාව පවත්වා ගැනීමට
- සිනමා නිර්මාණයක ප්‍රචාරණය සඳහා කෙරෙන පෝස්ටර්, පත්‍රිකා, පුවරු, පින්තූර ආදියට ඇතුළත් කිරීමට
- සිනමා කර්මාන්තයේ නියැළෙන ශිල්පීන්ගේ දත්ත හා තොරතුරු සම්පාදනය, ජනප්‍රියත්වය ගොඩ නැංවීම හා පෞද්ගලික මතක සටහන් පවත්වා ගැනීම
- සිනමා සමරු ග්‍රන්ථ, විචාර ග්‍රන්ථ, සඟරා, සමරු කලාප ආදි සිනමා සාහිත්‍ය ප්‍රකාශනවලට ඇතුළත් කිරීමට
- සිනමා විද්‍යාර්ථීන්ගේ අධ්‍යයන කටයුතුවල දී යොදා ගැනීමට
- සිනමා නිර්මාණ පිළිබඳ මුද්‍රිත මාධ්‍යයෙන් කෙරෙන වෙළෙඳ දැන්වීම් හා විශේෂාංගවලට ඇතුළත් කිරීමට

ගුරුතුමා:	ඔව් නලීන්, ඡායාරූපකරණය විතරක් නෙවෙයි, අද හැම ක්ෂේත්‍රයකටම අදාළ බොහෝ විද්‍යුත් උපකරණ නිපදවෙන්නේ සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය යොදා ගෙන. ඉතින් සංඛ්‍යාංක/ඩිජිටල් (Digital) කැමරාව අද ගොඩක් ප්‍රචලිත වෙලා තියනවා.
නලින්:	සංඛ්‍යාංක ඡායාරූපකරණයේ දී සේයා පටල පාවිච්චි කරන්න අවශ්‍ය නැහැ.
ගුරුතුමා:	ඔව්, රසායනික මාධ්‍ය වෙනුවට ඉලෙක්ට්‍රොනික ආලෝක සංවේදක රාශියක් මගින් තමයි ඡායාරූප සටහන් කර ගන්නේ. එසේ සටහන් කර ගන්නා ප්‍රතිබිම්බය විද්‍යුත් සංඥාවක් බවට පත් කර ගෙන දත්ත ගොනුවක් (computer file) විදියට ගබඩා කර ගන්නවා. මේ රූප ඇතුළත් දත්ත ගොනු කැමරාවට සවි කරල තියෙන මතක කාඩ්පත (Memory Card) තුළ ගබඩා වෙනවා. රූප තැන්පතු ගොනු තිරයක් මගින් පහසුවෙන් බලා ගන්න පුළුවනි.
ලක්ෂාන්:	මේ වගේ පුදුම හිතෙන හපන්කම් සංඛ්‍යංක තාක්ෂණය යොදා ගෙන කරන්න පුළුවනි.
නලින්:	ඒ කොහොම ද?
ලක්ෂාන්:	සංඛ්‍යාංක ඡායාරූපකරණයට අද පවතින පරිගණකයත් සමග පහසුවෙන් කටයුතු කරන්න පුළුවනි. ඉතින් පරිගණක මෘදුකාංග යොදා ගෙන පහසුවෙන් ඡායාරූප සංස්කරණය කරන්නත් මේ වගේ ස්වභාවිකත්වය ඉක්මවා ගිය අපූරු නිර්මාණ කරන්නත් පුළුවනි.

ගොනු ආකෘති (File Format)

රූප තැන්පතු ගොනු ගබඩා වන්නේ යම් කිසි ආකෘතියකට අනුව ය. එක් එක් ආකෘතිය අනුව රූපයේ ගුණාත්මකභාවයේ වෙනස්කම් දක්නට ලැබෙයි. පහත දැක්වෙන්නේ රූප තැන්පතු ගොනු ආකෘති කිහිපයකි.

JPEG TIFF PNG BMP EPS RAW PSD

ආලෝකයෙන් අඳිමු

එදින 10 ශ්‍රේණියේ සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය හදාරන සිසුන් සියලු දෙනා වෙනදාටත් වඩා වේලාසනින් පාසලට පැමිණ සිටියෝ ය. පාසල් ඡායාරූප කඳවුර එදිනට යොදා ගෙන තිබීම ඊට හේතුවයි. කඳවුර සංවිධානය කළ ධම්මික ගුරුතුමා සියලු සිසුන් අමතා කතා කළේය.

ගුරුතුමා: සියලු දෙනාට ම සුබ උදෑසනක් වේවා! අපි හැමෝම අද බලාපොරොත්තු වෙන්නේ ප්‍රායෝගික ව ඡායාරූප ගැනීම පිළිබඳ අත්දැකීමක් ලබාගන්න හොඳයි හැමෝම කැමරා ගෙනාව ද?

ළමුන් සියල්ලෝ ම: ඔව් සර්.

ගුරුතුමා: කෝ බලමු. කැමරාවලට අවශ්‍ය බැටරි, සේයා පටල, වගේ දේවල් ගෙනාව ද?

අමාලි: සර් මගේ කැමරාව ඩිජිටල් කැමරාවක්. ඒ නිසා මම සේයා පටල ගෙනාවෙ නැහැ.

ඉරේෂා: සර්, කරුණාකරල මගේ කැමරාවට ෆිල්ම් රෝල දාල දෙනව ද?

ගුරුතුමා: හොඳයි. ලක්ෂාන් ගෙනාව කැමරාව මොකක් ද?

ලක්ෂාන්: සර්, මම ගෙනාවෙ SLR කැමරාවක්. මේ කැමරාව ශ්‍රමායික (Manual) කැමරාවක්. ඒ නිසා බැටරි අවශ්‍ය වෙන්නේ නැහැ.

තිළිණ: සර් මේ තියෙන්නේ මගේ කැමරාව.

සේයා පටල වර්ගීකරණය

- කළු සුදු සේයා පටල Black & White Film
- වර්ණ සේයා පටල Colour Film
- ඍණ සේයා පටල Negative Film
- වර්ණ විනිවිදක Colour Slide Film



ඍණ සේයා



කඩදාසි මත මුද්‍රිත



වර්ණ විනිවිදක පටල



විනිවිදක

6:6 රූපය

ඡායාරූප - මහනුවර උසස් බාලිකා මහා විද්‍යාලය

ගුරුතුමා: ආ මේක ස්වංක්‍රීය කැමරාවක් නේ. බැටරි දැම්ම ද? වෙළෙඳපොළේ විවිධ වෙළෙඳ නාම යටතේ එක් එක් මාදිලියේ කැමරා විකිණීමට තියෙනවා. කැමරාවක් මිලදී ගැනීමේ දී තමාගේ අවශ්‍යතාවට ගැළපෙන තාක්ෂණයෙන් යුතු කැමරාවක් තෝරා ගත හැකිය. ඡායාරූප ශිල්පය ප්‍රගුණ කරන ආධුනිකයකුට වඩාත් සුදුසු වන්නේ SLR කැමරාවයි.

ගුරුතුමා: අද අපි පන්තියේ දී ඔයාලා ඡායාරූප නිර්මාණ ගැන කතා කරනවා කිව්වා. හැමෝ ම තමන්ගේ නිර්මාණ අරන් ඇවිත් ඇති. අපි එකින් එක අරගෙන සාකච්ඡා කරමු. මේ තියෙන්නේ ඉරේෂා ගත්ත ඡායාරූපයක්. ඉරේෂා චෛත්‍යය ඡායාරූපයට හසුකර ගන්න භාවිත කරල තියෙන්න කැමරා කෝණය ගැන කතා කරන්න ඕන. එයා භාවිත කරල තියෙන්නේ යටි කෝණී රූපයක් (Low angle shot). ඒ නිසා චෛත්‍යයේ විශාලත්වය ඉස්මතු වෙලා පෙනෙනවා. මේ විදියට අපට අවශ්‍ය අදහස ප්‍රකාශ කරන්න සුදුසු තැනක කැමරාව පිහිටුවීමෙන් කැමරා කෝණය සකස් කර ගන්න පුළුවනි.

ලක්ෂාන්: ඒකට අපි රූප රාමුවට හසු කර ගන්නේ මොනවද කියල තීරණය කරන්න ඕන.

සේයා පටලය

සේයා පටලයක කාර්ය වන්නේ ඒ මත ආලෝකය පතිත වූ විට ඊට අනුරූප ලෙස ඡායාවක් සටහන් කර ගැනීමයි. සෙලියුලොයිඩ් නම් අමු ද්‍රව්‍යයෙන් නිපදවා ඇති පටය මත ආලෝක සංවේදී රසායනික අඳුනක් (ස්ථරයක්) ගල්වා ඇත. එය රිදී ලෝහය ලවණ සමග මිශ්‍ර වීමෙන් සෑදුන රසායනික මිශ්‍රණයකි. එම අඳුන ආලෝකයට නිරාවරණය වීමෙන් එහි ඇති රිදී අංශු දැවී කළු පැහැ ගැන්වීමෙන් ප්‍රතිබිම්භය උත්පාදනය වේ.



6.7 රූපය - දළ සේයා පටලයක්

ගුරුතුමා: ඔව්, ඡායාරූපයට හසු කර ගන්නා වස්තූන් අපේ අරමුණට අනුවත් ඇසට ප්‍රියජනක ලෙසත් රූප රාමුව තුළ සංවිධානය කර ගැනීම වැදගත්. අභ්‍යාස පොතේ තියන පළවෙනි හා දෙවන ක්‍රියාකාරකම්වලින් ඒ ගැන හොඳ අත්දැකීමක් ලබා ගත්තා.

තිළිණ: ඒ ක්‍රියාකාරකම් හොඳින් කරපු නිසා පින්තූර ගන්න වෙලාවේ ඉක්මණින් සහ පහසුවෙන් හොඳ රූපරාමු නිර්මාණය කරගන්න පහසුවුණා.

ගුරුතුමා: නලින්ගේ ඡායාරූපයේ නම් අනවශ්‍ය බොහෝ දේ තියනවා. අරමුණට අදාළ සියලු ම දේ ඇතුළත් වීමත්, අදාළ නොවන කිසිවක් ඇතුළත් නොවීමත් ඡායාරූපයක් සාර්ථක වීමට හේතුවක්.



6:8 රූපය - මචුස් චිත්‍රපටයෙන්-ඡායාරූපය එම්.ඩී.සී.මීඩියා

මතක කාඩ් පතක ගබඩා කළ හැකි ඡායාරූප ප්‍රමාණය තීරණය වන සාධක දෙකකි.

1. මතක කාඩ්පතක ධාරිතාව
2. රූපය ගබඩා කිරීම සඳහා වැය වන ඉඩ ප්‍රමාණය

සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණයේ දී ධාරිතාව මනිනු ලබන්නේ බයිට් (Bite), කිලෝ බයිට් (KB), මෙගා බයිට් (MB), ගිගා බයිට් (GB) යන ඒකකවලිනි. වැඩි ධාරිතාවකින් යුතු මතක කාඩ් පතක වැඩි ඡායාරූප ප්‍රමාණයක් ගබඩා කළ හැකිය.
ඡායාරූපය වඩාත් පැහැදිලි හා තීව්‍ර භාවයකින් යුතු වේ නම් එහි ගුණාත්මක භාවය වැඩි ලෙස සලකයි. මීට ඡායාරූපයේ විභේදන බලය බලපායි. ගුණාත්මක භාවයෙන් වැඩි වන විට ඡායාරූපයක් ගබඩා කිරීම සඳහා වැඩි ඉඩ ප්‍රමාණයක් අවශ්‍ය වේ. වැඩි ගුණාත්මක භාවයෙන් යුතු ඡායාරූපවලට වඩා අඩු ගුණාත්මක භාවයෙන් යුතු ඡායාරූප වැඩි සංඛ්‍යාවක් මතක කාඩ් පතක ගබඩා කළ හැකිය.

විභේදන බලය (Resolution)

සංඛ්‍යාංක ඡායාරූපයක් සෑදී ඇත්තේ පික්සල් (Pixel) නමින් හඳුන්වනු ලබන කුඩා අංශු රාශියක් එකතුවීමෙනි. විභේදන බලය වර්ග අඟලක් තුළ පවතින පික්සල් සංඛ්‍යාවයි. (Pixel per inch - ppi) වර්ග අඟලක් තුළ පවතින පික්සල් සංඛ්‍යාව වැඩි වන විට ඡායාරූපයේ දෘශ්‍ය තීව්‍රතාව වැඩි වන බැවින් ගුණාත්මක බවින් ඉහළ ය. විභේදන බලය අඩු ඡායාරූපයක් පමණට වඩා විශාලනය කළ විට එහි පික්සල් විශාලනය වී රූපය අපැහැදිලි වී පෙනෙයි. මේ නිසා ඡායාරූපයක විභේදන බලය එය භාවිත කරන අවශ්‍යතාව අනුව තබා ගත යුතු ය. වෙළෙඳපොළෙහි පවතින සංඛ්‍යාංක කැමරාවල මෙගා පික්සල් (Mega pixel) ප්‍රමාණයෙන් දක්වන්නේ ද විභේදන බලයයි.

ගුරුතුමා: කෝ බලමු තිළිණිගේ පින්තූරය. තිළිණිට මේ කුරුල්ලාගේ සමීප රූපයක් ගන්න බැරි වුණා නේද?

තිළිණි: ඔව් කුරුල්ල හිටියෙ ගොඩක් ඈත. මම පින්තූරය ගන්න ළඟට ගියා නම් කුරුල්ලා බය වෙලා ඉගිල්ලෙන්න තිබුණා.

අමාලි: දුර රූප කාචයක් පාවිච්චි කළා නම් තිළිණිට කුරුල්ලගේ සමීප රූපයක් ගන්න තිබුණා.

ලක්ෂාන්: මේ පින්තූරය බොඳ වෙලා ගිහින් වගෙයි.

ගුරුතුමා: ආ... නියම විදියට නාභිගත වෙලා නැහැ. ශ්‍රමායික නාභිගත කිරීමේ කැමරාවක නම් කාචය සීරු මාරු කරල අපට අවශ්‍ය වස්තුව සුපැහැදිලි කර ගත හැකිය. නලින්ගේ මේ පින්තූරය පමණට වඩා අඳුරු පැහැයක් අරන් තියනවා.

සමාන විශාලනයෙන් යුතු විභේදන බලය වෙනස් ඡායාරූප දෙකක් පහත දැක්වේ.

ඒවායේ රූපමය ගුණාත්මක තත්ත්වය සසඳා බලන්න.

ගුණාත්මක බව අඩුය



විභේදන බලය (Resolution) - 72 ppi

ගුණාත්මක බව වැඩිය



විභේදන බලය (Resolution) - 300 ppi

ගුණාත්මක බව අඩුය



විභේදන බලය (Resolution) - 72 ppi

ගුණාත්මක බව වැඩිය



විභේදන බලය (Resolution) - 300 ppi




6:9 රූපය - (ඡායාරූප -අන්තර්ජාලයෙනි)

අංකිත තාක්ෂණය යොදා ගනිමින් සිදුකළ ඡායාරූප නිර්මාණ කිහිපයක්

අංකිත හෙවත් ඩිජිටල් ඡායාරූපකරණයේ විශේෂතා

- ඉහළ ආලෝක සංවේදීතාවක් දක්වන නිසා අඩු ආලෝක තත්ත්වයක් යටතේ වුවත් ඡායාරූප ගැනීමට හැකි වීම.
- මූලික වශයෙන් උපකරණ මිල දී ගැනීමට වැඩි මුදලක් වැය කිරීමට සිදු වන නමුත්, සේයා පටල මිල දී ගැනීමට සිදු නොවීමත්, අනවශ්‍ය ඡායාරූප මකා දැමීමට හැකි වීමත් නිසා භාවිතයේ දී ලාභදායී වීම.
- ලබා ගත් ඡායාරූප ඒ අවස්ථාවේ දී ම නැරඹිය හැකි වීම.
- රසායනික ඡායාරූපකරණයේ දී මෙන් පැසුරුම්කරණය සඳහා කාලය ගත නොවන බැවින් ඉහළ කාර්යක්ෂමතාව.
- අනවශ්‍ය ඡායාරූප මකා දැමිය හැකි නිසා මතක කාඩ් පතේ ධාරිතාව ඵලදායී අයුරින් යොදා ගත හැකිවීම.
- පහසුවෙන් පරිගණකය හා සම්බන්ධ කළ හැකි නිසා, කාර්යක්ෂමව සංස්කරණය කිරීමේ පහසුව
- විද්‍යුත් තැපැල, අන්තර්ජාලය, ජංගම දුරකතන වැනි සන්නිවේදන ජාලයන්ට පහසුවෙන් යොමු කළ හැකි වීම.
- අංකිත දත්ත ගොනු වශයෙන් ගබඩා කරන නිසා කාලාන්තරයකට පසුව වුවද ඡායාරූපයේ ගුණාත්මකභාවය ආරක්ෂා වී පැවතීම.
- වැඩි දියුණු කළ උපාංග ආධුනිකයකුට වුවත් පහසුවෙන් මෙහෙයවීමේ පහසුව
- අංකිත කැමරා ජංගම දුරකතන, අත්ල පරිගණක වැනි උපකරණවලට පවා එකතු කොට ඇති බැවින් ජීවිතයේ බොහෝ සන්නිවේදන අවස්ථාවලට පහසුවෙන් භාවිත කළ හැකි වීම.

පැවරුම්

1. රසායනික ඡායාරූප හා ඩිජිටල් ඡායාරූප සංසන්දනය කරන්න.
2. ඩිජිටල් කැමරාවකින් ලබා ගත් ඡායාරූපයක් පරිගණකයට ඇතුල් කර එය විශාල කිරීමේ දී කෙබඳු වෙනස්කම් ඇති වන්නේදැයි අධ්‍යයනය කරන්න.

කැමරාව ක්‍රියාත්මක කිරීමේ තාක්ෂණය අනුව කැමරා වර්ග

ශ්‍රමායික කැමරා



ඡායාරූප ශිල්පියා විසින් කැමරාවේ සියලු කොටස් මෙහෙයවන යාන්ත්‍රික කැමරා

ස්වයංක්‍රීය කැමරා



නිෂ්පාදනයේ දී හෝ ඡායාරූප ශිල්පියා විසින් සැලසුම් කරන ලද ආකාරයට අනුව ස්වයංක්‍රීය ව ක්‍රියා කරන විද්‍යුත් - ඩිජිටල් කැමරා

SLR (Single Lense Reflex/ ඒක කාච ප්‍රතිඡායා) කැමරාව

ඡායාරූප ශිල්පීන් අතර බොහෝසෙයින් ප්‍රචලිත කැමරා වර්ගයකි. එහි ප්‍රධාන ලක්ෂණයක් වන්නේ මානනය හා අනාවරණය යන අවස්ථා දෙකෙහිදීම එකම කාචයක් භාවිත වන නිසා ඡායාරූප ශිල්පියා දර්ශන දැක්මෙන් දකින රූප රාමුව ම රූප ගත වීමයි. එමෙන්ම කැමරාවේ උපාංග අවශ්‍ය පරිදි හැසිරවීමට ඇති හැකියාව නිසා නිර්මාණාත්මක නිදහසක් ඡායාරූප ශිල්පියාට හිමි වෙයි.
අවශ්‍ය පරිදි කැමරා කාච මාරු කිරීමට හැකි වීම ද SLR කැමරාවේ තවත් පහසුකමකි.

කැමරාවක් හැසිරවීමේ දී එහි ඇති කොටස් පිළිබඳ අවබෝධයක් තිබීම අවශ්‍ය වේ.

කැමරාවක අනිවාර්යයෙන් ම පිහිටන කොටස් තුනකි.

1. කැමරා කාචය (Lens)
2. ද්වාරය (Shutter)
3. කාච විවරය (Aperture)

ඡායාරූපයක් ගන්නේ කොහොම ද?

ඡායාරූපයක් ගැනීම තාක්ෂණික මෙන් ම නිර්මාණාත්මක ක්‍රියාවලියක්. ඒ නිසා හොඳ ඡායාරූපයක් ගැනීමට ඡායාරූපකරණ තාක්ෂණ නිර්මාණශීලී ව හැසිරවීම පිළිබඳ මනා අවබෝධයක් සහ පළපුරුද්දක් ඔබ විසින් ලබා ගත යුතු වේ.

ඡායාරූපයක් ගැනීමේ දී පියවර තුනක් පසු කළ යුතුයි.

1. **මානනය**

   අරමුණට අනුව ඡායාරූපයට හසු කර ගන්නේ කුමක් ද යන්න තීරණය කරයි. රූප රාමුවට ඇතුළත් වන්නේ මොනවා ද හා ඒ අනුව කැමරාව පිහිටුවා ගැනීම මානනයේ දී සිදු කරයි. රූප රාමුව තුළ මනා ලෙස වස්තූන් පිහිටුවීම ඉතා වැදගත් වේ.

2. **නාභිගත කිරීම**

   ඡායාරූපයට හසු කර ගන්නා අරමුණ වඩාත් පැහැදිලි වන සේ කාචය සීරු මාරු කර ගැනීම

3. **අනාවරණය**

   කාච විවරයේ හා ද්වාරයේ පිහිටීම නිසි පරිදි සකස් කොට ආලෝකය පාලනය කිරීම සහ ප්‍රතිබිම්බය සටහන් කර ගැනීම.



6:12 රූපය



6:13 රූපය

සාර්ථක ඡායාරූප



6:14 රූපය



6.15 රූපය

අසාර්ථක ඡායාරූප



6:16 රූපය



6:17 රූපය

සාර්ථක ඡායාරූප

රූප සංරචනය (Composition) හෙවත් රූප රාමුව තුළ අඩංගු වස්තූන් නිසි පරිදි සංවිධානය කොට තිබීම

චිත්‍ර ශිල්පියා මෙන්ම ඡායාරූප ශිල්පියා ද නිර්මාණාත්මක අපේක්ෂාවෙන් යුතු ව රූප රාමුව තුළ ඇතුළත් වස්තූන් නිසි පරිදි සංවිධානය කර ගැනීම රූප සංරචනය ලෙස හැඳින්වේ. රූප සංරචනය පිළිබඳ අනිවාර්යයෙන් අනුගමනය කළ යුතු නීති නැත. නමුත් පිළිගත් රීති කිහිපයක් හඳුනා ගනිමු.

ස්වර්ණමය රීතිය (The golden rule)

රූප රාමුවේ සිරස් හා තිරස් පැතිවල තුනෙන් එක් වන ස්ථානවලට මිනිස් ඇස වැඩියෙන් යොමුවේ. මේ නිසා රූප රාමුවක් සකස් කිරීමේ දී වැඩියෙන් අවධානය යොමු විය යුතු වස්තූන් එම ස්ථානවල තබනු ලැබේ. එසේත් නොමැති නම් ඒ ස්ථාන ආශ්‍රිත රේඛාවල වස්තූන් පිහිටුවීම සිදු කරයි.

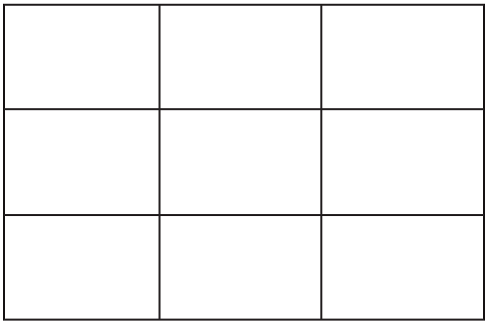


6:18 රූපය: ඡායාරූපය-ජී.අමරසේකර

අනවශ්‍ය දේ ඇතුළත් වී ඇති නිසා ඡායාරූපය පැහැදිළිව දැක ගත නොහැකිය. (අවශ්‍ය ඡායාරූප කෝණය කොටුව තුළ දිස්වේ)



6:19 රූපය ස්වර්ණමය රීතියට අනුව වස්තුව ස්ථානගත කොට ඇත



විවිධ දෘශ්‍ය රටා හා හැඩතල අනුව වස්තූන් පිහිටුවීම

ජ්‍යාමිතික හැඩතල හා විවිධ රටා අනුව රූප රාමුව තුළ වස්තූන් ස්ථානගත කිරීමෙන් ප්‍රියමනාප ඡායාරූපයක් නිර්මාණය කර ගැනීමට හැකියාව ඇත.

පටල වේගය (Film Speed)

පටල වේගයෙන් දැක්වෙන්නේ පටල පටයක ආලෝක සංවේදීතාවයි. පටල වේගය අඩු හෝ වැඩි වීම මත පටලයේ ආලෝක සංවේදීතාව වැඩි හෝ අඩු වීම සිදු වේ. පටල වේගය හඳුනා ගන්නේ සම්මත ISO අගයන් භාවිතයෙනි. අඩු ආලෝක තත්ත්වයක් යටතේ ඡායාරූප ගැනීමට වැඩි පටල වේගයකින් යුතු පටල පටයක් භාවිත කළ හැකිය. පටල වේගය සංවේදීතාවය ලෙස ද හැඳින්වේ

50	ISO	ආලෝක සංවේදීතාව අඩු
100	ISO	
200	ISO	
400	ISO	
800	ISO	
1600	ISO	
3200	ISO	ආලෝක සංවේදීතාව වැඩි



නිසි මොහොතට පෙර හෝ පසු ග්‍රහණය කර ගන්නා ඡායාරූපය සාර්ථක නොවේ.

6:20 රූපය

කාච වර්ග (Lenses)

සාමාන්‍ය කාච (Normal lens)

පියවි ඇසට පෙනෙන දර්ශනයට සමාන ලෙස වස්තු ඡායාරූපයට හසු කර ගත හැකි ය.

දුර රූප කාච/ පටු කෝණ කාච (Tele photo lens)

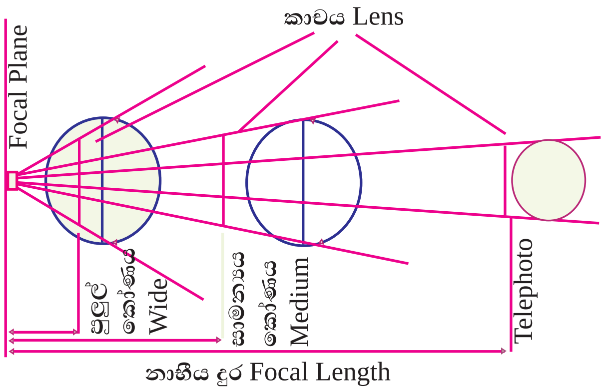
සාමාන්‍ය කාචයට වඩා පටු වූ කාච කෝණයකින් යුතු බැවින් ඈත පවතින වස්තුවල සමීප රූප ලබාගත හැකි ය.

පුළුල් කෝණ කාච (Wide angle lens)

සාමාන්‍ය කාචයට වඩා පුළුල් කාච කෝණයකින් යුතු බැවින් පුළුල් පරාසයක ඇති වස්තු ඡායාරූපයට හසු කර ගත හැකි ය.

යුහුමු කාච (Zoom lens)

මෙම කාච වල නාභීය දුර වෙනස් කළ හැකිය. එම නිසා එකම කාචය අවශ්‍ය පරිදි දුර රූප කාචයක් හෝ පුළුල් කෝණ කාචයක් ලෙස භාවිත කළ හැකි ය.





කාචයේ නාභීය දුර වැඩි වෙත් ම කාච කෝණය පටුවන ආකාරය ඉහත රූප සටහන් මගින් පැහැදිලි කර දෙයි.



පටු කෝණය



සාමාන්‍ය කෝණය



පුළුල් කෝණය

ක්‍රියාකාරකම් 01

ඡායාරූපකරණයට පිවිසෙන ඔබට විනෝදජනක අභ්‍යාසයක්.

ප්‍රථමයෙන් ඉංග්‍රීසි L අකුර හැඩයේ රාමු දෙකක් කාඩ් බෝඩ්වලින් සකස් කර ගන්න. ඒවායේ එක් පැත්තක් කළු පාටත් අනෙක් පැත්ත සුදු පාටත් වන සේ වර්ණ කර ගන්න.

ඔබ විසින් කලින් ගන්නා ලද ඡායාරූප හා පුවත්පත්, සඟරා, කැලැන්ඩර්, ආදියෙන් ද ඡායාරූප ගොන්නක් එකතු කරගන්න.

එම ඡායාරූපවලට ඔබ සකසා ගත් රාමු දෙක තැබීමෙන් රූප සංරචනය පිළිබඳ අත්දැකීම් ලබා ගන්න. රාමු දෙක එහා මෙහා කිරීමෙන් ඡායාරූපය තුළ තවත් හොඳ රූප රාමු සොයා යාමට ඔබට පුළුවන.

එක් ඡායාරූපයක් තුළ රූප රාමු කිහිපයක් වුවත් සොයා ගැනීමට ඔබට හැකියාව ඇත. ඡායාරූපයේ වර්ණවල තද සහ ලා පැහැය අනුව රාමුවේ කළු සහ සුදු පැති පාවිච්චි කරන්න.





6:21 රූපය

ක්‍රියාකාරකම් 02

රූප රසය සොයා යමු

කලින් ගන්නා ලද ඡායාරූප බලා රූප සංරචන අත්දැකීම් ලද ඔබ දැන් සැබෑ ලෝකයේ රූප රාමු සොයා යන්න. ඒ සඳහා ඔබට ප්‍රථමයෙන්

කැමරාවක් අවශ්‍ය වන්නේ නැත. ඔබගේ දෑත් යොදා ගෙන රූප රාමු ගවේෂණය කළ හැකිය.

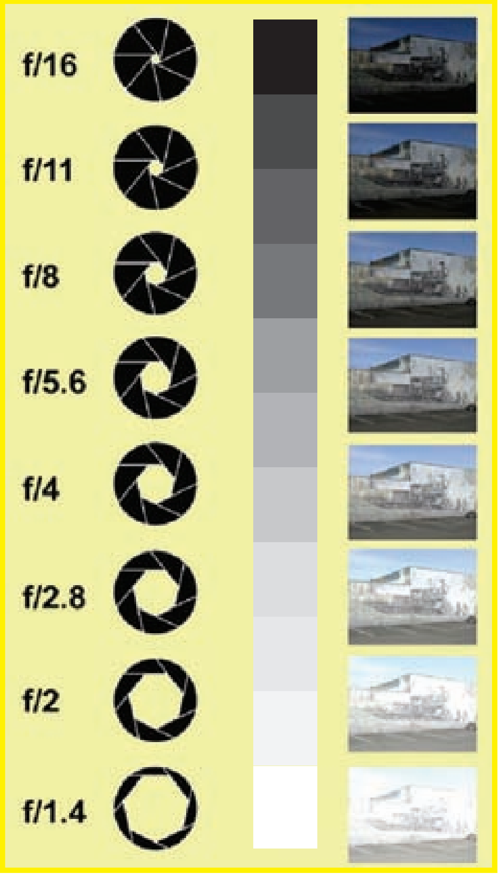
ඔබගේ දෑත්වල ඇඟිලි එකට ළං කොට දබරැඟිල්ල සහ මහපටැඟිල්ල අතර 90° ක කෝණය ක් සෑදෙන සේ ඇත් කරන්න.

දැන් අත් දෙකේ ම දබරැඟිල්ල සහ මහපටැඟිල්ල අතර පවතින පරතරය උපයෝග කර ගෙන හතරැස් රාමුවක් සකස් කර ගන්න. එම රාමුව අතරින් ඔබේ ඇස මෙහෙයවා අවට පරිසරයේ සෞන්දර්යාත්මක රූප රාමු ගොඩ නගන්න.

අනාවරණය ක්‍රියාවලියේ දී අලෝකය පාලනය කිරීම සඳහා බලපාන කැමරාවේ කොටස් දෙකකි. ඒවා කාච විවරය (Aperture) සහ ද්වාරයයි. (Shutter)

කාච විවරය (Aperture)

කාච විවරයේ ප්‍රමාණය වෙනස් කිරීමෙන් කාචය තුළින් කැමරාව තුළට ගලා යන ආලෝකය පාලනය කළ හැකිය. කාච විවරයේ ප්‍රමාණය හඳුනා ගැනීමට සම්මත කාච විවර ප්‍රමාණයන් f අගය මගින් හඳුන්වනු ලබයි. අගයට f අනුරූපව කාච විවරයේ ප්‍රමාණය වෙනස් වන ආකාරය හා එය ඡායාරූපයේ ආලෝක තත්ත්වයට බලපාන ආකාරය දකුණු පස ඇති රූපයෙන් පැහැදිලි වේ. එක් f නැවතුමක් ඉදිරියට යන විට ආලෝකය අඩකින් අඩු වන අතර එක් f නැවතුමක් පසු පසට යන විට ආලෝකය දෙගුණයකින් වැඩි වීම සිදු වෙයි.



6:22 රූපය

ද්වාරය (Shutter)

සේයා පටලය හෝ ආලෝක සංවේදී විද්‍යුත් උපකරණය ආලෝකයට නිරාවරණය වන්නේ ද්වාරය විවෘත වීමෙනි. ද්වාරය වැඩි කාලයක් විවෘත ව පැවතීමෙන් වැඩි ආලෝක ප්‍රමාණයක් ද ද්වාරය අඩු කාලයක් විවෘත ව පැවතීමෙන් අඩු ආලෝක ප්‍රමාණයක් ද ගලා එයි. අනාවරණ කාලය ලෙස හඳුන්වන්නේ ද ද්වාර වේගය යි. ද්වාර වේගය එකින් එක වැඩි වීමේ දී ආලෝකය අඩක් බැගින් අඩු වෙයි.

ද්වාර වේගය	තත්පරයෙන්
1	1/125
1/2	1/250
1/4	1/500
1/8	1/1000
1/15	1/2000
1/30	1/4000
1/60	1/8000

ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර (Depth of field)

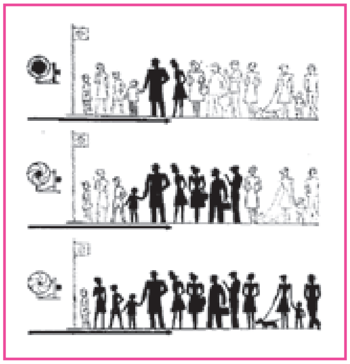
කාචය යම් වස්තුවක් නාභිගත කළ පසු එම වස්තුවේ සිට ඉදිරියට සහ පසු පසට පැහැදිලි ව පෙනෙන දුර ප්‍රමාණය ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර ලෙස හැඳින්වේ. ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර අඩු වැඩි කර ගැනීමෙන් නොයෙකුත් නිර්මාණ කළ හැකිය.

ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර

ලොකු කාච විවරය — ඉතා අඩු ක්ෂේත්‍ර ගැඹුරක් ඇතිවීම

මැදි කාච විවරය — ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර ඉදිරියට වඩා පසු පසට මදක් වැඩි වී ඇතිවීම

කුඩා කාච විවරය — ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර වැඩිවී පසු පසින් අනන්තය දෙසට වැඩිවීම



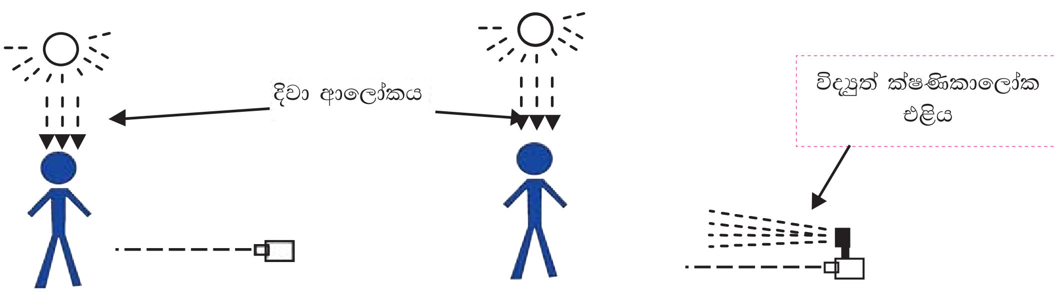
එක ම දුරකට නාභිගත කිරීම

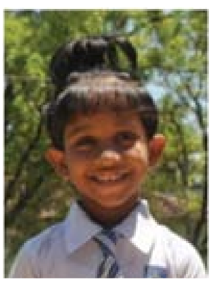
6:23 රූපය

උපුටා ගැනීම - කොතලාවල සේන, ඡායාරූප කලාව සහ ආලෝක මායාව, කර්තෘ ප්‍රකාශන 2003

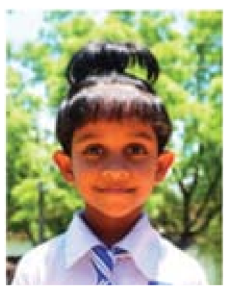
ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර වෙනස් වීම කෙරෙහි බලපාන සාධක කිහිපයකි.

1. කාච විවරය - කාච විවරය විශාල වන විට ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර අඩු වේ.
2. කාචයේ නාභීය දුර වැඩි වන විට ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර අඩු වේ.
3. කැමරාවේ සිට වස්තුවට ඇති දුර අඩු වන විට ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර අඩු වේ.





දැඩි සූර්යාලෝකය නිසා තද සෙවනැලි මතු වූ ඡායාරූපය



ඉදිරියෙන් විද්‍යුත් ක්ෂණිකාලෝක එල්ලයක් භාවිත කර සමබර ආලෝකකරණය සහිත ඡායාරූපය

ඡායාරූපකරණයේ නිර්මාණාත්මක ක්‍රම - විධි

වාර්තාකරණ ඡායාරූප

ඡායාරූපය වාර්තාවක් වන්නේ භෞතික වස්තූන් ඒ අයුරින් ම ප්‍රතිරූපණය කිරීමට ඇති හැකියාව නිසා ය. වාර්තාවක් සපයනුයේ යම් සිදුවීමක් පිළිබඳ ව ය. ඡායාරූපයක් සපයනුයේ ද යම් සිදුවීමක් පිළිබඳ ව ය. ඡායාරූපය නරඹන්නාට තේරුම් ගැනීමට තරම් පැහැදිලි තොරතුරු එහි අඩංගු විය යුතු ය. ඒ සඳහා පහත සඳහන් කරුණු කොතරම් අදාළ වේදැයි විමසා බලමු.

1. අදාළ සියලු විස්තර ඇතුළත් ව තිබීම
2. අනවශ්‍ය දෑ ඇතුළත් නොවීම
3. රාමුව තුළ ඡායාරූපික වස්තූන් මනාව සංවිධානය කර තිබීම
4. උචිත කැමරා කෝණය
5. නිවැරදි ආලෝකය
6. නිවැරදි අනාවරණය
7. ඡායාරූපය සටහන් කර ගන්නා නිසි මොහොත

රථ වාහන අනතුරක් සිදු වූ විට පොලිස් නිලධාරියෙක් එම සිදුවීම ඡායාරූප ගත කරනුයේ වාර්තා කිරීම පිණිස ය. අනතුරට ලක් වූ සියලු පාර්ශ්වවලට අදාළ තොරතුරු ඇතුළත් වන සේ සිදු වීම පිළිබඳ ව විස්තරාත්මක ඡායාරූප ඔහුට අවශ්‍ය වේ. රක්ෂණ නියෝජිතයෙක් එම සිදුවීම ම ඡායාරූප ගත කළත් ඔහුට රූප ගත කිරීමට අවශ්‍ය වන්නේ තමන්ගේ සේවා ලාභියාගේ වාහනයට සිදු වූ හානිය පමණි. ඒ අනුව උක්ත කරුණු හත මොවුන් දෙදෙනාට අදාළ වන්නේ දෙයාකාරයකට ය.

ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප

ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප මගින් වාර්තාකරණය සිදු වුවත් එය විශේෂ ඡායාරූප ප්‍රභේදයක් වන්නේ ජන මාධ්‍යයක් වන පුවත්පත් මාධ්‍ය සමග බැඳී පැවතීම ය. වර්තමානයේ ප්‍රවෘත්තිමය වෙබ් අඩවිවල ද ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප පළ වුවත් ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූපයේ ශිල්පීය ලක්ෂණවල වෙනසක් ඇත.

ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූපයට විෂය වන්නේ ප්‍රවෘත්තිමය වටිනාකමින් යුතු සිදුවීමකි. කාලෝචිත බව, කැපී පෙනීම, බලපෑම, සමීපතාව, මානව ඇල්ම, අසාමාන්‍ය බව, නැවුම් බව හා ගැටුම්කාරී බව යන ප්‍රවෘත්තිමය ගුණාංග ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූපයක ද අඩංගු වේ. ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප ශිල්පියකු නිරන්තරයෙන් අවදියෙන් සිටින, සූක්ෂ්ම ඇසක් සහිත මෙන් ම ක්‍රියාශීලී අයකු විය යුතු ය.

නිර්මාණාත්මක ඡායාරූප

දෘශ්‍ය මාධ්‍යයක් ලෙස ඉහළ ප්‍රකාශනාත්මක හැකියාවක් නිශ්චල ඡායාරූපය සතු වේ. වෙනත් කලා මාධ්‍යයක් සේ ම නිර්මාණකරුවකුට තම අත්දැකීම් සෙසු අය සමග බෙදා හදා ගැනීමට ඡායාරූප ශිල්පය යොදා ගත හැකි ය. ඍජු වාර්තාකරණයෙන් තොර ව ඡායාරූප ශිල්පයේ ඇති නිර්මාණාත්මක ක්‍රම - විධි යොදා ගනිමින් වක්‍ර අදහස් ඉදිරිපත් කිරීම නිර්මාණාත්මක ඡායාරූපකරණයේ ලක්ෂණයයි.

ඡායාරූප ශිල්පියාගේ අපූර්ව නිර්මාණ හැකියාවත්, පෞද්ගලික දෘෂ්ටියත් එක් ව නිර්මාණාත්මක ඡායාරූපයක් බිහි වේ. ශිල්පීය නිර්මාණ හැකියාව කැපවීමෙන් යුතු පුහුණුව හා අභ්‍යාසය මගින් ලැබෙන්නකි. පෞද්ගලික දෘෂ්ටිය අත්දැකීම් බහුල බව, බොහෝ ඇසූ පිරූ තැන් ඇති බව, විවිධ නිර්මාණ පරිශීලනය කිරීම මගින් හිමි වෙයි.

එසේ නම් නිර්මාණාත්මක ඡායාරූපකරණය පිළිබඳ හැකියාව ඔබ විසින් ම වර්ධනය කර ගත යුතු එකක් බව ඔබට වැටහෙනවා ඇති.

ඡායාරූපයක් නිර්මාණය කැමරාවක් අතට ගත් පමණින් කළ හැකි දෙයක් නො වේ. රූපයේ සෞන්දර්යාත්මක ගොඩනැංවීම පිළිබඳ අත්දැකීම් රැසක් ඔබ විසින් එකතු කර ගත යුතුය. ඒ සඳහා ප්‍රවීණ ඡායාරූප ශිල්පීන්ගේ උසස් නිර්මාණ නරඹා රස විඳීම හා ප්‍රායෝගික ව භාවිත වන නොයෙකුත් ආකාරයේ ඡායාරූප බලා අධ්‍යයනය කිරීම කළ හැකි ය. එමෙන් ම සාහිත්‍ය, ගීතය, නාට්‍ය, සිනමාව වැනි කලා මාධ්‍යයන් ඇසුරු කිරීමෙන් ද සමාජය සූක්ෂම ව නිරීක්ෂණය කිරීමෙන් ද ලබන අත්දැකීම් සාර්ථක නිර්මාණකරණයකට මග පාදයි.



6.25 රූපය - **ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූපයක්**

ඔබ සැබෑ ලෝකයේ දී බොහෝ දර්ශන හා සිදුවීම් පිළිබඳ සංවේදී වන අවස්ථා තිබෙන්නට ඇත. එම සිදුවීම් ඒ අයුරින් ම ඡායාරූපයට නගා ගැනීමට ඔබ දැරූ උත්සාහයන් අසාර්ථක වන්නට ද ඇත. එවැනි අත්දැකීමක් තමාට දැනෙන අයුරින් ම අන් අයටත් සන්නිවේදනය කොට සියලු දෙනාගේ ම ඡායාරූප අත්දැකීමක් බවට පත් කර ගන්නේ කෙසේ ද?

ඒ පිළිබඳ නිශ්චිත නිතී රීති නැත. නමුත් චිත්‍ර කලාව, සිනමාව, රූපවාහිනිය හා ඡායාරූපකරණය යන මාධ්‍යවල සාමාන්‍යයෙන් භාවිත කරන සම්මතයන් ඇසුරින් ඔබට නිර්මාණාත්මක ඡායාරූපකරණයට ආරම්භයක් ලබා ගත හැකිය.





වර්ණ භාවිතයෙන් අදහස් ප්‍රකාශනය

උණුසුම් වර්ණ	සිසිල් වර්ණ	සුදු වර්ණය	කළු වර්ණය
ගිනියම	සිසිලස	පැහැපත් බව	දුර්වර්ණ බව
වේගවත් බව	මන්දගාමිත්වය	මෘදු බව	රළු බව
තහනම	අවසරය	සාමය	ගූඪ බව
අන්තරාය	රැකවරණය	සැහැල්ලුව	විරෝධය
ඝෝෂාව	නිහැඬියාව	කාරුණික බව	බර
නොඉවසිල්ල	ඉවසීම	ශූන්‍යතාව	සවි ශක්තිය
විරෝධය	එකඟතාව	පවිත්‍රත්වය	ගුප්ත බව
කැපී පෙනීම	අහිංසකත්වය		අපවිත්‍ර බව
ගතික බව	ස්ථිතික බව		
නොසන්සුන් බව	සන්සුන් බව		

පැහැඅන්තරය

ඡායාරූපයක ආලෝකය හා අඳුර අතර අනුපාතය පැහැඅන්තරය ලෙස හඳුන්වයි. පැහැඅන්තරය හැසිරවීම මගින් ආලෝකය හා අඳුර භාවිතය පිළිබඳ අර්ථ මතු කළ හැකිය. පැහැඅන්තරය අඩු වීම ආලෝකය ලෙසටත් පැහැඅන්තරය වැඩි වීම අඳුර ලෙසටත් අදහස් ප්‍රකාශනයේ දී භාවිත කළ හැකිය.

සැලසුම්කරන ලද ඡායාරූප

ඡායාරූප ශිල්පය සමාජයේ බොහෝ අංශ සමග බැඳී පවතියි. වෘත්තීය ඡායාරූප ශිල්පියකුට තම සේවාව විවිධ ක්ෂේත්‍රවලට සම්බන්ධ වෙමින් ලබා දීමට සිදු වෙයි. ඒවාට තම සේවා ලාභියාගේ අවශ්‍යතාව සාර්ථකව සපුරාලීම සඳහා තම ඡායාරූප කුසලතාව මෙහෙයවීම ඡායාරූප ශිල්පියාගේ කාර්යයයි.

වාර්තාකරණ ඡායාරූප හැරුණුකොට වෙනත් ඡායාරූප කලින් සැලසුම් කොට රූපගත කරන අවස්ථා දක්නට ලැබෙයි. වෙළෙඳ දැන්වීම් සඳහා අවශ්‍ය කරන ඡායාරූප, සඟරා හා පොත් පිටකවර සඳහා අවශ්‍යවන ඡායාරූප, පුරා විද්‍යාත්මක ඡායාරූප, ගුවන් ඡායාරූප ආදිය සැලසුම් කොට රූපගත කරන ඡායාරූප ගණයට අයත් වේ.

වෙනත් කෙනෙකුගේ රූපයක් හිමිකරුගේ අවසරයකින් තොරව ඔබ විසින් ළඟ තබා ගැනීම හෝ පරිහරණය කිරීම ගැන ඔබ කුමක් සිතන්නේද?
එය සියලුම ආගමික ඉගැන්වීම්වලට අනුව මෙන්ම නීතියට හා සදාචාරයට අනුව ද වැරැදි ක්‍රියාවකි.

6:27 රූපය

නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පීය වෘත්තීය

අධ්‍යාපන කටයුතු සඳහා ද විනෝදාංශයක් ලෙස ද තම වෘත්තීයට අදාළ ප්‍රයෝජන ලබා ගැනීම සඳහා මෙන් ම ජීවන වෘත්තීයක් ලෙස ද ඡායාරූපකරණයේ නියුතුවන්නන් ඇත. කුමන අවශ්‍යතාවක් වෙනුවෙන් වුවත් සාර්ථක ඡායාරූප ශිල්පියකු වීමට ප්‍රමාණවත් න්‍යායික හා ප්‍රායෝගික දැනුමක් ලබා තිබීම අවශ්‍ය වේ.

ඡායාරූප තාක්ෂණය ඉතා ඉහළ තත්ත්වයක පවතින වර්තමානයේ සාර්ථක ඡායාරූපකරණයේ නියුතු වීමට විශේෂ අධ්‍යාපනයක් අවශ්‍ය නොවන බවට වැරදි මතයක් ඇති විය හැකිය. නමුත් ඡායාරූපයක් නිර්මාණය කරනු ලබන්නේ තාක්ෂණය විසින් නොව තාක්ෂණය පිටුපස සිටින නිර්මාණශීලී මිනිසා විසින් බව අපි අවබෝධ කර ගෙන ඇත්තෙමු. සාර්ථක ඡායාරූප ශිල්පියකු වීමට ඒ පිළිබඳ පිළිගත් ශාස්ත්‍රීය නිර්ණායකවලට අනුව ප්‍රමාණවත් හැදෑරීම්වල නිරත වීම වැදගත් වේ.

ශ්‍රී ලංකාවේ නිශ්චල ඡායාරූප අධ්‍යයන අවස්ථා

පාසල් අධ්‍යාපන අවස්ථා

- **පාසල් ඡායාරූප සංගමය (School Photographic Society)**

නිශ්චල ඡායාරූපකරණය පිළිබඳ උසස් අධ්‍යාපන අවස්ථා

- **කැලණිය විශ්වවිද්‍යාලය**
  නාට්‍ය හා රංග කලාව සහ ප්‍රතිබිම්බ කලා අංශය මගින් ප්‍රතිබිම්බ කලා උපාධි පාඨමාලාව යටතේ නිශ්චල ඡායාරූපකරණය හැදෑරීමට අවස්ථාව සලසා ඇත. ඊට අමතර ව විශ්වවිද්‍යාල සිසුන් නො වන අය සඳහා ඩිප්ලෝමා පාඨමාලාවක් ද පවත්වා ගෙන යනු ලබයි.

- **කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලයේ ශ්‍රී පාලී මණ්ඩපය**
  ප්‍රසංග කලා අධ්‍යනාංශයේ ඡායාරූප ශිල්පය විෂය ඒකකයක් උපාධිය සඳහා ඉදිරිපත් කර ඇත.

- **සෞන්දර්ය කලා විශ්වවිද්‍යාලය**
  දෘශ්‍ය කලා උපාධි පාඨමාලා සඳහා ඡායාරූප ශිල්පය විෂය ඒකක හැදෑරීමට අවස්ථාව සලසා ඇත.

නිශ්චල ඡායාරූපකරණය පිළිබඳ මූලික හැදෑරීම් සිදු කළ හැකි වෙනත් ආයතන

- ශ්‍රී ලංකා ජාතික ඡායාරූප කලා සංගමය (The National Photographic Art Society of Sri Lanka)
- ශ්‍රී ලංකා ඡායාරූප සංගමය (Photographic Society of Sri Lanka)

දැනට NVQ 4 වන මට්ටම දක්වා වැඩි දියුණු කළ නිශ්චල ඡායාරූපකරණ පාඨමාලා ශ්‍රී ලංකාව තුළ අධ්‍යයනය කිරීමේ අවස්ථාව ඇත.

ඡායාරූපකරණ වෘත්තීය අවස්ථා

නිශ්චල ඡායාරූපකරණය ජනයා අතර ප්‍රචලිත වීම නිසා ඒ සඳහා සමාජයේ ඇති ඉල්ලුම ද වැඩි වී ඇත. මේ නිසා වෘත්තියක් ලෙස නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පයට පිවිසීමට ඇති ඉඩ ප්‍රස්තාවන් ද බහුලය. ඡායාරූප ශිල්පයට අදාළ ප්‍රධානතම වෘත්තිය වන්නේ රූපගත කිරීමේ කාර්යයයි. රූපගත කරන පුද්ගලයා හඳුන්වන්නේ ඡායාරූප ශිල්පියා ලෙසයි.

ඡායාරූප ශිල්පය විවිධ ක්ෂේත්‍ර හා සම්බන්ධ වන බැවින් ඒ ඒ ක්ෂේත්‍රවල විශේෂඥ දැනුම ලැබූ ඡායාරූප ශිල්පීහු ද සිටිති. ප්‍රවෘත්ති ඡායාරූප, මංගල ඡායාරූප, වන සත්ත්ව ඡායාරූප, වෙළෙඳ දැන්වීම් ඡායාරූප, මෝස්තර නිරූපණ ඡායාරූප එවැනි ක්ෂේත්‍ර කිහිපයකි.

ඡායාරූප ශිල්පියකුට කිසියම් ආයතනයකට බැඳී රැකියාවක් ලෙස එම ආයතනයේ අවශ්‍යතාව පරිදි ඡායාරූපකරණයේ නිරත විය හැකිය. පුවත්පත් ආයතන, ඡායාරූපශාලා, වෙළෙඳ දැන්වීම් නිර්මාණය කරන ආයතන ආශ්‍රිතව මෙවැනි රැකියා අවස්ථා ඇත. නමුත් ඕනෑම අයකුට ඕනෑම ආයතනයකට තමාගේ සේවය ලබා දෙමින් ස්වාධීන ඡායාරූප ශිල්පියකු ලෙස කටයුතු කිරීම ද ඵලදායී ස්වයං රැකියාවකි.

ඡායාරූපකරණය හා සම්බන්ධ තවත් වෘත්තීන් හඳුනාගත හැකි ය.

- රූපගත කිරීම් සහායක
- ආලෝකකරණ ශිල්පී
- ඡායාරූප මුද්‍රණ ශිල්පී
- ඡායාරූප සංස්කරණ ශිල්පී
- ඡායාරූප කර්තෘ
- ඡායාරූප නිමැවුම් ශිල්පී

ඡායාරූප ශිල්පය උපයෝග කරගෙන ඉහළ ව්‍යාපාරික අවස්ථාවන් උදා කර ගැනීමට ද හැකියාව ඇත. එවැනි අවස්ථා අංශ කිහිපයක් ඔස්සේ විහිද යයි.

- චිත්‍රාගාර සේවා
- උපකරණ නිෂ්පාදනය, ආනයනය හා බෙදාහැරීම හා අලෙවි සේවා
- ඡායාරූප සංස්කරණ හා සැලසුම් සේවා
- ඡායාරූප ගොනු සැකසීමේ සේවා
- ඡායාරූප රාමුගත කිරීමේ හා ප්‍රදර්ශන සේවා
- නිරූපණ ශිල්පී සේවා

ඡායාරූප ශිල්පියකු හෝ සේවා ආයතනයක් ජනතාව අතර ප්‍රචලිත වන්නේ ලබා දෙන සේවාවේ ගුණාත්මක භාවය හා කාර්යක්ෂමතාව අනුවයි. නූතන වාණිජවාදී සමාජයේ පාරිභෝගික අවශ්‍යතා උපරිම මට්ටමෙන් ඉටු කරන්නෝ ඉහළ ධනයක් උපයති. ඒ සඳහා වෘත්තීය අවබෝධය, දැනුම මෙන් ම කැපවීම ද අත්‍යවශ්‍ය වේ.

ඡායාරූප වෘත්තිය ශික්ෂණය

ඕනෑ ම වෘත්තීයකින් සමාජයට ඵලදායී සේවාවක් ඉටු වීමට එම වෘත්තියේ නියුක්තිකයින්ගේ ශික්ෂණය ඉතා වැදගත් වේ. නිසි වෘත්තීය ශික්ෂණයකින් යුතු තැනැත්තා තම වෘත්තීය ගරුත්වය ආරක්ෂා කරමින් සාර්ථක ඡායාරූප ශිල්පියකු බවට පත්වේ. එවැන්නන් සමාජයේ ඇගයුමට ලක් වන අතර කාගේත් සිත දිනා ගැනීමට සමත් වේ. ඡායාරූප ශිල්පීය වෘත්තිකයකු සතු විය යුතු ලක්ෂණ හඳුනාගනිමු.

- ඡායාරූපකරණය පිළිබඳ ප්‍රමාණවත් දැනුම
- නිර්මාණශීලී වීම
- නව තාක්ෂණය හා අත්වැල් බැඳ ගැනීම
- ඉගෙනීමට කැමැත්තක් දැක්වීම
- කලට වේලාවට වැඩ කිරීම
- සෙසු අය හා සුහදශීලි ව කටයුතු කිරීමේ හැකියාව
- ඡායාරූප ශිල්පය පිළිබඳ නෛතික හා සදාචාරාත්මක සීමාවන් පිළිබඳ වැටහීම
- ආචාරශීලී පුද්ගලයකු වීම
- සේවා දායක අපේක්ෂා හා ප්‍රතිචාර වෙත නම්‍යශීලී වීම
- මනා කළමනාකරණයකින් යුතු වීම

සංස්කෘතික හා කලා කටයුතු අමාත්‍යාංශයේ කලා මණ්ඩපය යටතේ පවතින රාජ්‍ය ඡායාරූප කලා අනු මණ්ඩලය මගින් ඡායාරූප වෘත්තීය ශීක්ෂණය ඇති කිරීම සඳහා ආචාර ධර්ම පද්ධතියක් සකසා තිබීම ද අගය කළ යුත්තකි.

නිශ්චල ඡායාරූපකරණයේ ආචාරධර්ම

වෘත්තීය වශයෙන් හෝ විනෝදාංශයක් වශයෙන් හෝ ඡායාරූපකරණයේ නිරත වන්නකු ඊට අදාළ ආචාරධර්ම පිළිබඳ මනා වැටහීමකින් කටයුතු කිරීම අවශ්‍ය වේ. එමගින් ඡායාරූපකරණයේ අවභාවිතයන් වළක්වා ගැනීමට හැකියාව ලැබෙනු ඇත.

අතීතයේ කැමරාවක් භාවිත කරන ලද්දේ වෘත්තීය ඡායාරූප ශිල්පියකු හෝ සාමාන්‍ය ජනයා අතරින් ඉතා සුළු පිරිසකි. කැමරාවක් සතු වූවත් රසායනික මාධ්‍යයෙන් ඡායාරූපයක් සකස් කර ගැනීම තරමක දීර්ඝ ක්‍රියාවලියකි. නමුත් වර්තමාන දියුණු තාක්ෂණය විසින් ඡායාරූපකරණය භාවිත කරන්නන්ට ඉතාමත් පහසු අත්දැකීමක් බවට පත් කර දී ඇත. විශේෂයෙන් ම සංඛ්‍යාංක තාක්ෂණය හේතුවෙන් ඡායාරූපකරණය පරිගණකය, අන්තර්ජාලය, ජංගම දුරකතන ආදිය සමග අත්වැල් බැඳ ගෙන ඇත. මේ නිසා සමාජයේ ඡායාරූප භාවිතය පෙරට වඩා සුලබ වී ඇත.

මෙහි ඛේදජනක තත්ත්වය වන්නේ ඡායාරූපය රැවටීම්, අන් අයට හිංසා කිරීම්, ළමුන් තුළ පහත් රුචිකත්වයක් ඇති කිරීම වැනි සදාචාර විරෝධී ක්‍රියාවන් සඳහා ද මෙම අපූරු කලා මාධ්‍ය යොදා ගැනීමයි. ඔබ සමාජයට වගකියන පුරවැසියකු වශයෙන් එවැනි දෑ වළක්වාලීමට තරම් අවබෝධයක් හා සවිඥානික බවකින් යුක්ත විය යුතු ය.

ඡායාරූපකරණය සම්බන්ධයෙන් ද එලෙස සිතන්න.

මෙහිදී වැදගත් වන්නේ කිසියම් පාර්ශ්වයක බලපෑමට යටත් ව පාලනය වනවාට වඩා ස්වයං විනයක් ඇති කර ගැනීමයි. තාක්ෂණය තිබූ පමණින් නිකරුනේ භාවිත විනයකින් යුතු ව භාවිතය සහ අන් අයගේ සුරක්ෂිතතාව වෙනුවෙන් පෙනී සිටීම වැදගත් වේ.

ඡායාරූපකරණයේ ආචාර ධර්මවලට පටහැනි ක්‍රියාවන් හඳුනා ගනිමු.

- වෙනත් ඡායාරූප ශිල්පියකුගේ නිර්මාණයක් නිර්මාණකරුගේ අවසරයකින් තොර ව තම අවශ්‍යතා සඳහා භාවිත කිරීම නොකළ යුතු ය.
- අවසරයකින් තොරව වෙනත් අයකු ඡායාරූපයට නැගීම හෝ එවැනි ඡායාරූප ළඟ තබා ගැනීම නොකළ යුතු ය.
- වෙනත් අයෙකු පෙනී සිටින ඡායාරූපයක් එම පුද්ගලයා නොදැනුවත් ව අන්තර්ජාලයේ හෝ වෙනත් ප්‍රසිද්ධ මාධ්‍යවල පළ කිරීම හෝ එකිනෙකා අතර හුවමාරු කර ගැනීම නොකළ යුතු ය.
- වෙනත් අයකු පෙනී සිටින ඡායාරූපයක් තාක්ෂණය යොදා ගෙන විකෘති කිරීම නොකළ යුතු ය.
- ඡායාරූප යොදා ගෙන තවත් අයෙක් අපහසුතාවට හෝ හිංසාවට පත් කිරීම නොකළ යුතු ය.
- තවත් අයකුගේ කටයුතුවලට බාධා වන අයුරින් ඡායාරූප ගැනීම නොකළ යුතුය.

උප ග්‍රන්ථය 1

ඔබේ පාසලේත් මාධ්‍ය සමාජයක් ආරම්භ කරන්න.

1. පරමාර්ථය:

ඵලදායි හා මානව හිතවාදී පාසල් මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් බිහි කිරීම

School Media Club
Sri Lanka

2. පියවර:

(1) ගුරුතුමා/ගුරුතුමිය සමග සාකච්ඡා කර විදුහල්පතිතුමා/තුමියගේ අනුමැතිය ලබා ගන්න.

(2) විෂයය හදාරන හා කුසලතා ඇති වෙනත් සිසුන් හඳුනා ගන්න.

(3) තෝරා ගත් සිසුන් හා ගුරු භවතුන් ද සමග සාකච්ඡා වට දෙකක් පවත්වන්න.

(4) දෙවන සාකච්ඡාවේ දී නිලධාරි මණ්ඩලය තෝරා ගන්න.

(5) ඉදිරි වර්ෂය සඳහා ක්‍රියාකාරී සැලැස්මක් සකස් කර අනුමත කර ගන්න.

(6) ක්‍රියාකාරී සැලැස්ම ක්‍රියාත්මක කරන්න.

3. නිලධාරි මණ්ඩලය:

පාසල් සමිතියකට උචිත නිලධාරි මණ්ඩලයක් තෝරා ගන්න. ඒ යටතේ පහත සඳහන් ව්‍යාපෘති හත සඳහා ව්‍යාපෘති සංවිධායකවරුන්, නියෝජ්‍ය ව්‍යාපෘති සංවිධායකවරුන් හා සාමාජිකයන් තෝරා ගන්න.

(1) **මාධ්‍ය සමීක්ෂණ ව්‍යාපෘතිය:** සරල මාධ්‍ය සමීක්ෂණ පැවැත්වීම සඳහා

(2) **මාධ්‍ය කුසලතා සංවර්ධන ව්‍යාපෘතිය:** ශිෂ්‍ය මාධ්‍ය කුසලතා සංවර්ධනය සඳහා

(3) **නිර්මාණාත්මක ව්‍යාපෘතිය:** ශිෂ්‍ය නිර්මාණ ඉදිරිපත් කිරීම සඳහා

(4) **රස වින්දන ව්‍යාපෘතිය:** ශිෂ්‍ය රස වින්දනය වැඩි දියුණු කිරීම සඳහා

(5) **ප්‍රජා සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය:** පාසල් ප්‍රජාවගේ හැසිරීම උසස් කිරීම සඳහා

(6) **ආපදා හා අනතුරු සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය:** ආපදා හා අනතුරු පිළිබඳ ව සිසුන් දැනුවත් කිරීම සඳහා

(7) **සාම සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය:** අන්‍යෝන්‍ය සහජීවනය ඇති කිරීම සඳහා

4. **ව්‍යාපෘතිවල කටයුතු ක්‍රියාත්මක කිරීම:**

ව්‍යාපෘතියක් භාර වන්නේ ව්‍යාපෘති සංවිධායකට ය. තම ව්‍යාපෘතිය යටතේ වර්ෂය තුළ එක් ප්‍රධාන වැඩසටහනක් ක්‍රියාත්මක කළ යුතු ය. ඒ සඳහා සාමාජිකයන්ට තනි ව හෝ කණ්ඩායම් වශයෙන් හෝ ඉදිරිපත් විය හැකි ය. අඩු ම වශයෙන් මාසයකට එක් ක්‍රියාකාරකමක්වත් ක්‍රියාත්මක වන ලෙස සැලසුම් සකස් කරන්න. සියලු ක්‍රියාකාරකම් විදුහල්පතිතුමා/තුමියගේ අනුමැතියට යටත් ය.

5. **අභ්‍යන්තර හා බාහිර කමිටු :**

පාසල් මාධ්‍ය සමාජයට අභ්‍යන්තර කමිටුවක් හා බාහිර කමිටුවක් අත්‍යවශ්‍ය ය. අභ්‍යන්තර කමිටුව සමන්විත වන්නේ පාසලේ විදුහල්පතිතුමා / තුමිය ඇතුළු ගුරු මණ්ඩල සාමාජිකයන්ගෙනි. මාධ්‍ය සමාජයේ අනුශාසක මණ්ඩලය වශයෙන් ද හැඳින්වෙන්නේ මේ පිරිස ය.

බාහිර කමිටුව යන්නෙන් අදහස් වන්නේ, පාසල් මාධ්‍ය සමාජයේ ඉදිරි කටයුතුවල දී සහය ලබා ගත හැකි විවිධ බාහිර පාර්ශ්වයන් ය. ඔවුන් ආදි ශිෂ්‍යයන්, ආදි ගුරු භවතුන්, ප්‍රදේශයේ සිටින කලාකරුවන්, සාහිත්‍යකරුවන්, රාජ්‍ය නිලධාරීන්, රාජ්‍ය නොවන සංවිධාන නිලධාරීන්, මාධ්‍යවේදීන්, ආදි වශයෙන් විවිධාකාර වේ. මාධ්‍ය සමාජයේ බාහිර කමිටුව සම්බන්ධයෙන් පහත සඳහන් පරිදි කටයුතු කළ හැකි ය.

- බාහිර කමිටුවට ඇතුළත් කර ගැනීමට අපේක්ෂා කරන තැනැත්තන්ගේ නාම ලේඛනයක් සකස් කිරීම
- ඔවුන්ගේ සියලු විස්තර ලේඛනයට ඇතුළත් කිරීම
- ලේඛනයට විදුහල්පතිතුමාගේ/තුමියගේ අනුමැතිය ලබා ගැනීම
- විද්‍යාලයීය මාධ්‍ය සමාජයේ බාහිර කමිටුවට ඇතුළත් කිරීමට තීරණය කරන ලද බව දන්වා නාම ලේඛනයේ සියල්ලන්ට ලිපියක් යැවීම. මාධ්‍ය සමාජයේ වාර්ෂික වැඩ සැලැස්මේ පිටපතක් ද ඒ සමග යැවිය යුතු ය.
- වරින් වර මාධ්‍ය සමාජය විසින් වැදගත් කාර්යයක් කරනු ලබන හා කර නිම වූ අවස්ථාවල ඒ පිළිබඳ විස්තර බාහිර කමිටු සාමාජිකයන් වෙත දන්වා යැවීම

මේ ආකාරයෙන් කලක් කටයුතු කර ගෙන යන විට, එම බාහිර කමිටු සාමාජිකයන් පාසල් මාධ්‍ය සමාජයට යම් යම් ආකාරයෙන් සහයෝගය දක්වන්නට පටන් ගනී. එය මාධ්‍ය සමාජයේ පැවැත්මට අතිශයින් වැදගත් ය.

උප ග්‍රන්ථය 2

මාධ්‍ය අධ්‍යාපන ව්‍යාපෘතිය
මානව හිතවාදී හා ඵලදායී පාසල් සන්නිවේදන මාධ්‍ය සංස්කෘතියක් කරා
පාසල් මාධ්‍ය සමාජ වාර්ෂික ක්‍රියාකාරි සැලැස්ම
School Media Club - Annual Calendar

පළමුවන වාරය

ජනවාරි

1. පාසල් මාධ්‍ය සමාජය පිහිටුවීම/ නව නිලධාරි මණ්ඩලය තෝරා ගැනීම
2. පාසල් ගුවන්විදුලි සේවා පුහුණු කඳවුරක් පැවැත්වීම/පාසල් ගුවන්විදුලි සේවා විකාශන සැලැස්මක් සැකසීම හා ක්‍රියාත්මක කිරීම
3. බිත්ති පුවත්පත් හා පුහුණු කඳවුරු සකස් කිරීම හා ක්‍රියාත්මක කිරීම
4. නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පී පුහුණු කඳවුර (පෙබරවාරි අවසන් සතියේ දී)

දෙවන වාරය

මාර්තු

5. ආධුනික නිශ්චල ඡායාරූප ප්‍රදර්ශනයක් පැවැත්වීම
6. පාසල් මාධ්‍ය සමාජ සිනහ දිනය වැඩසටහන (මාර්තු මස මුල සතියේ)
7. විචාරශීලී මාධ්‍ය ග්‍රාහකත්වය පදනම් කර ගත් මාධ්‍ය ශිෂ්‍ය පා ගමනක් පැවැත්වීම

මැයි

8. යුනෙස්කෝ ලෝක පොත් දිනය සැමරීමේ වැඩසටහන (දෙවන සතියේ) (පොත් බැඳුම්කරණය හා අලුත්වැඩියාව පිළිබඳ පුහුණු වැඩසටහන හා පොත් කියවීමේ කඳවුර හා ගෘහ පුස්තකාල සංවර්ධනය ද ඇතුළත්ව)

ජූනි

9. මාධ්‍ය වැඩ හුරුව අධ්‍යාපන සතිය (ජූනි මස තුන්වන සතිය) (ක්ෂේත්‍ර අධ්‍යයන වැඩසටහන)
10. මාධ්‍ය වැඩ හුරුව අධ්‍යාපන සතිය වාර්තාව ඉදිරිපත් කිරීම

ජූලි

11. පාසල් මාධ්‍ය සමාජ සඟරාවක් ප්‍රකාශයට පත් කිරීම

තුන්වන වාරය

සැප්තැම්බර්

12. මාධ්‍ය අධ්‍යාපන සතිය හා පාසල් මාධ්‍ය අධ්‍යාපන ශිෂ්‍ය උලෙළ සැලසුම් කිරීම

ඔක්තෝබර්

13. මාධ්‍ය අධ්‍යාපන සතිය හා පාසල් මාධ්‍ය අධ්‍යාපන ශිෂ්‍ය උලෙළ සැලසුම් කිරීම

නොවැම්බර්

14. මාධ්‍ය අධ්‍යාපන සතිය හා පාසල් මාධ්‍ය අධ්‍යාපන ශිෂ්‍ය උලෙළ පැවැත්වීම
15. 2012 වර්ෂය සඳහා මාධ්‍ය සමාජයේ නව නිලධාරි මණ්ඩලය පත් කර ගැනීම
16. 2011 වර්ෂයේ මාධ්‍ය සමාජයේ වාර්තාව සම්පාදනය කිරීම හා නිල වශයෙන් විදුහල්පතිතුමන්/ තුමිය වෙත භාර දීම

වර්ෂය පුරා ක්‍රියාත්මක කළ යුතු වැඩසටහන්

1. ගෘහස්ථ පුස්තකාල පිහිටුවීම
2. අපේ උරුමය පාසල් මධ්‍යස්ථානය සංවර්ධනය
3. බිත්ති පුවත්පත ප්‍රකාශනය
4. උදා ගුවන් විදුලි විකාශය පැවැත්වීම පැවැත්වීම

උප ග්‍රන්ථය 3

නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පී පුහුණු කඳවුර හා ප්‍රදර්ශනය

1. **පරමාර්ථය:** නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පය පිළිබඳ ව සිසුන්ට ප්‍රයෝගික අත්දැකීම් ලබා ගැනීමට අවකාශය සැලසීම

2. **කාර්යයන්:** 1. නිශ්චල ඡායාරූප ගැනීමේ කඳවුරක් පැවැත්වීම
   2. නිශ්චල ඡායාරූප ප්‍රදර්ශනයක් පැවැත්වීම

3. **කාර්ය විස්තරය:** මෙම කාර්යය විශේෂයෙන් අදාළ වන්නේ 10 වන ශ්‍රේණියේ අවසාන ඉගෙනුම් ඒකකය වන නිශ්චල ඡායාරූප ශිල්පීය නිපුණතා හැදෑරූ සිසු සිසුවියන්ට ය. තමන් විසින් හැදෑරූ විෂය ඒකකයට අදාළ ව ප්‍රායෝගික අත්දැකීම් ලබා ගත හැකි ආකාරයෙන් මෙය සැලසුම් කළ හැකි ය. ඒ අනුව එක් දින පුහුණු කඳවුරක් වශයෙන් පාසල ආසන්නයේ ඇති පාරිසරික වශයෙන් වැදගත් ස්ථානයකට ගොස් ඡායාරූප ගැනීමට සිසුන්ට අවස්ථාව සලසා දෙනු ලැබේ. මේ සම්බන්ධයෙන් සැලසුම් සම්පාදනය කිරීම විෂය භාර ගුරු භවතා විසින් කරනු ඇත.

එසේ ම වර්ෂය ආරම්භයේ දී පාසල් පළමුවන ශ්‍රේණියට හෝ හය වන ශ්‍රේණියට බඳවා ගන්නා නවක සිසු සිසුවියන්ගේ ඡායාරූප ගැනීමට ද මෙම ප්‍රායෝගික අභ්‍යාසය යොමු කළ හැකි ය.

මේ සඳහා ප්‍රදේශයේ සිටින ප්‍රවීන ඡායාරූප ශිල්පියකුගේ සහාය අවශ්‍ය නම් ලබා ගත හැකි ය.

සිසු සිසුවියන් විසින් ඩිජිටල් කැමරාවෙන් ලබා ගත් ඡායාරූප පසුව ඇගයුමට ලක් කර වඩාත් නිර්මාණශීලී ඡායාරූප තෝරා ගෙන ඒවා ඇතුළත් කර ප්‍රදර්ශනයක් පැවැත්විය හැකිය. මෙහි දී ඒ ඒ ඡායාරූප අවශ්‍ය අයට මිල දී ගැනීමට අවකාශ සලසා දීමෙන් මාධ්‍ය සමාජයේ අරමුදලට මුදල් රැස් කර ගැනීමක් ද කළ හැකි ය.

එසේ ම මෙම ප්‍රදර්ශනයේ දී ලැබෙන ආදායම යොදවා මාධ්‍ය සමාජයට අවශ්‍ය කැමරාවක් මිල දී ගැනීමට ද පුළුවන.

උප ග්‍රන්ථය 4

පාසල් සිනහ දිනය වැඩසටහන

1. **හැඳින්වීම:** අප එකිනෙකා අතර සම්බන්ධය පවත්වා ගෙන යන්නේ සිනහව පදනම් කර ගෙන ය. සිනහව සතුට හා ප්‍රිය මනාප බව අර්ථවත් කරයි. මේ නිසා සිනහව සන්නිවේදන ඉරියව්වකි. මානසික සතුට නැති කෙනෙකුට සිනහ වෙන්නට නොහැකි ය. ඒ නිසා මනස නිරවුල් ව සතුටින් පවත්වා ගෙන යාම අවශ්‍ය වේ. සන්නිවේදනය ආරම්භ වන්නේ සිතෙනි. එනම් අන්තර්වර්ති පුද්ගල සන්නිවේදනය මෙයට පාදක වේ. වර්තමානයේ පවත්නා සංකීර්ණ සමාජය තුළ නිරන්තර ව සිත් තැවුල් ඇති වේ. සිත සන්සුන් ව තබා ගැනීම අපහසු වේ. විවිධ පීඩාවන්ට සිත ගොදුරු වේ. මෙවැනි පීඩා දිගින් දිගට ම පැවතුනහොත් ඒවා මානසික ව්‍යාධීන් බවට පත් විය හැකි ය. ඒ නිසා සිත සතුටින් පවත්වා ගෙන යාමත්, විවිධ ආතතින්ට මුහුණ දීමට හා ඒවා මැඩ පවත්වා ගැනීමටත් හැම කෙනකු ම කුඩා කාලයේ සිට පුරුදු - පුහුණු විය යුතු ය.



එසේ ම හොඳ දත් පෙළක් නැති කෙනකුට බය සැක නැති ව සිනහසෙන්නට අමාරු ය. ඒ නිසා හොඳ දත් පෙළක් රැක ගැනීම ද සැම කෙනකුට ම අවශ්‍ය දෙයකි. ඒ කෙරෙහි අවධානය යොමු වන්නේ අඩුවෙනි.

ලෝක සිනහ දිනය 1999 දී ආරම්භ වූ අතර, 2015 දී පැවැත්වෙන්නේ 17 වන ලෝක සිනහ දිනයයි.

පාසල් සිනහ දිනය වැඩසටහනේ තේමාව වන්නේ මානසික සෞඛ්‍යය හා දන්ත සෞඛ්‍යයයි.

2. **වැඩසටහන:** පාසල් සිනහ දිනය යටතේ ප්‍රධාන වැඩසටහන් දෙකක් ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය.

   (1) මානසික සෞඛ්‍ය ආරක්ෂා කර ගැනීම පිළිබඳ ව මානසික උපදේශකවරයකු හෝ මානසික වෛද්‍යවරයෙකු හෝ මුල් කර ගෙන කරනු ලබන වැඩසටහනක්

   (2) දන්ත සෞඛ්‍ය මුල් කර ගෙන පවත්වනු ලබන දන්ත සෞඛ්‍ය සායනයක් සහිත ව දන්ත සෞඛ්‍ය ප්‍රවර්ධනය කිරීමේ වැඩසටහනක්

3. **වැඩසටහන සැලසුම් කිරීම:** පාසල් සිනහ දිනය පැවැත්වීම සඳහා අඩු ම වශයෙන් මාසයක පමණවත් කාලයක් කල් ඇති ව සූදානම් විය යුතු ය. ඒ සඳහා සැලැස්මක් සකස් කළ යුත්තේ මාධ්‍ය සමාජයේ ප්‍රජා සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය යටතේ ය. මෙහි දී අවධානය යොමු කළ යුතු වැදගත් අංශ දෙකකි. එකක් නම් පාසල තුළ වැඩසටහනේ ඉලක්ක කණ්ඩායම නිවැරදි ව නිශ්චය කිරීම ය. දෙවැන්න නම් වැඩසටහනට සහභාගි වන බාහිර සම්පත් දායකයන්ට කල් වේලා ඇති ව දැනුම් දීම ය. තුන් වැන්න නම් වැඩසටහන සඳහා අනුග්‍රාහකයන් සමග නිල සම්බන්ධතා ඇති කර ගැනීම ය. මේ සියලු කරුණු ඇතුළත් ව්‍යාපෘති යෝජනා පත්‍රයක් සකස් කර පාසල තුළ නිල වශයෙන් අනුමැතිය ලබා ගත යුතු ය.

උප ග්‍රන්ථය 5

යුනෙස්කෝ ලෝක පොත් දින වැඩසටහන

1. **හැඳින්වීම:** යුනෙස්කෝවේ විධායක සභාව විසින් 1995 දී ලැබූ තීරණයකට අනුව, 1996 වර්ෂයේ සිට සෑම වර්ෂයක ම අප්‍රේල් 23 වන දින ලෝක පොත් හා ප්‍රකාශන හිමිකම් දිනය සමරනු ලබයි. ඒ අනුව 2015 වර්ෂයේ දී සමරනු ලබන්නේ 20 වන ලෝක පොත් හා ප්‍රකාශන හිමිකම් දිනයයි. පාසල් මාධ්‍ය සමාජ වැඩසටහනක් ලෙස ලෝක පොත් හා ප්‍රකාශන හිමිකම් දිනය සැමරීම ආරම්භ කරන ලද්දේ 2008 වර්ෂයේ දී ය. භාවිතයේ පහසුව සඳහා එය යුනෙස්කෝ ලෝක පොත් දිනය යැයි නම් කර ඇත.

   අප්‍රේල් 23 වන දිනය සාමාන්‍යයෙන් පාසල් නිවාඩුව අවසාන වී දෙවන පාසල් වාරය ආරම්භ කරනු ලැබූ පළමු සතියට අයත් වේ. ඒ නිසා මැයි මාසයේ පළමු සතියේ දිනයක් මේ සඳහා යොදා ගත හැකි ය.

2. වැඩසටහන සැලසුම් කිරීම

යුනෙස්කෝ ලෝක පොත් දිනය සංවිධානය කරනු ලබන්නේ කෙසේදැයි නැගෙන ප්‍රශ්නයට හොඳ ම පිළිතුර වන්නේ, ලෝකයේ පාසල්වල ක්‍රියාත්මක කරන ලද විවිධ වැඩසටහන් කිහිපයක් අධ්‍යයනය කිරීම ය.
ඒවා කිහිපයක් මෙසේ ය.

- තෝරා ගත් සිසු සිසුවියන් පිරිසක් එදිනට තෝරා ගත් කෘතිවල චරිත ලෙස හැඳ පැළඳ ගෙන පැමිණීම හා ඒ ආශ්‍රිත ක්‍රියාකාරකම් ඉදිරිපත් කිරීම
- පාසල් සිසු සිසුවියන් අතර වඩාත් ජනප්‍රිය පොත් දහය ඡන්දයෙන් තේරීම
- පොත්වල ඇති කතාන්දර කීමේ සම්භාෂණයක් පැවැත්වීම
- යම් පොතක/ පොත් කිහිපයක කර්තෘන් පාසලට ගෙන්වා ඔවුන් ඇගයීමේ ක්‍රියාකාරකම් ඉදිරිපත් කිරීම
- පුස්තකාල පොත් ආශ්‍රිත ව පොත් සතියක් පැවැත්වීම
- සිසු සිසුවියන් විසින් තමා සතු පැරණි පොතක් පුස්තකාලයට පරිත්‍යාග කිරීම
- පොත් කියවීමේ කුඩාරමක් සතියක කාලයක් සඳහා පාසලේ මිදුලේ සැකසීම
- ගෘහස්ථ පුස්තකාල ආරම්භ කිරීමේ වැඩසටහනක් ආරම්භ කිරීම
- කතා ලිවීමේ හා කතා කීමේ නිර්මාණාත්මක වැඩසටහනක් ක්‍රියාත්මක කිරීම
- පුස්තකාලයේ ඇති පොත් හඳුන්වා දීම
- පොත් විචාරය කිරීමේ වැඩසටහනක් පැවැත්වීම
- පුස්තකාලයේ පොත් අලුත්වැඩියා කිරීමේ පුහුණුවක් සිසු පිරිසකට ලබා දීම හා ඒ අනුව පුස්තකාලයේ පොත් අලුත්වැඩියා කිරීම

උප ග්‍රන්ථය: 6

අපේ උරුමය පාසල්
මධ්‍යස්ථානයක් පිහිටුවීම

1. හැඳින්වීම

පාසලක ඓතිහාසික උරුමය රැස් කර මධ්‍යස්ථානයක් ගොඩ නැගීම මෙහි පරමාර්ථයයි. මේ මගින් තොරතුරු හඳුනා ගැනීමට, තොරතුරු මූලාශ්‍ර සොයා ගැනීමට, තොරතුරු රැස් කිරීමට හා තොරතුරු ඉදිරිපත් කිරීමට අවශ්‍ය නිපුණතා සිසු සිසුවියන් තුළ පෝෂණය කර ගත හැකි ය.

පාසලක උරුමය යන්නෙන් බොහෝ දේ අයත් වේ.

- ආරම්භය හා එයට සම්බන්ධ තැනැත්තන්
- හිටපු විදුහල්පතිවරුන් හා ගුරු භවතුන්
- පාසල් ලබා ඇති විශේෂ ජයග්‍රහණ
- ආදි ශිෂ්‍යයන් පිළිබඳ තොරතුරු
- වර්තමාන ජයග්‍රහණ
- අධ්‍යාපන ක්‍රියාවලිය
- පාසල අයත් ප්‍රදේශයේ සංස්කෘතිය, නිෂ්පාදන රටාව, ජන ජීවිතය, ජන ශ්‍රැතිය, විශේෂ ස්ථාන, භූගෝලීය විශේෂතා ආදිය

2. **වැඩසටහන සැලසුම් කිරීම:** ශිෂ්‍ය කණ්ඩායමක ව්‍යාපෘතියක් වශයෙන් මෙය සැලසුම් කළ හැකි ය. තොරතුරු රැස් කිරීම පිළිබඳ වගකීම බෙදා ගත යුතු ය. තොරතුරු රැස් කිරීම සඳහා ඉලක්ක සකස් කර ගත යුතු ය. තොරතුරු රැස් කිරීමේ දී වැදගත් වන්නේ මූලාශ්‍ර හඳුනා ගැනීම ය. එනම් තොරතුරු පවතින්නේ කවුරුන් සතුව ද කොතැනක ද ඒවා රැස් කර ගන්නේ කෙසේ ද ආදිය මෙහි දී වැදගත් වේ.

3. **මධ්‍යස්ථානය සැලසුම් කිරීම:** මේ සඳහා පාසල තුළ යම් ඉඩකඩක් සොයා ගත යුතු ය. එසේත් නැතිනම් පුස්තකාලයේ යම් ඉඩක් ලබා ගත හැකි ය. රැස් කර ගත් තොරතුරු ලිඛිත හෝ දෘශ්‍ය හෝ මාධ්‍යයෙන් ඉදිරිපත් කළ හැකි ය. අපේ උරුමය පාසල් මධ්‍යස්ථානය යනු එක් දිනකින් ගොඩ නැගිය හැක්කක් නො වේ. එය අඛණ්ඩ ව සිදු විය යුත්තකි. කාලයක් යන විට එය පාසලේ ජනප්‍රිය නැරඹුම් මධ්‍යස්ථානයක් බවට පත් විය හැකි ය.

උප ග්‍රන්ථය 7

මාධ්‍ය වැඩහුරුව අධ්‍යාපන සතිය වැඩසටහන

1. හැඳින්වීම

වර්ෂයේ ජුලි මාසයේ සතියක කාලයක් කාර්යාලයක වැඩ හුරුවීම මෙම වැඩසටහන යටතේ සිදු වේ. මෙය පාසල් අධ්‍යාපන ව්‍යාපෘතියක් ලෙස විෂය භාර ගුරුතුමා/ගුරුතුමිය විසින් සැලසුම් කළ යුත්තකි. එම යෝජනා සැලැස්ම විදුහල්පතිතුමා/තුමියගේ අනුමැතිය සහිත ව කලාප අධ්‍යාපන අධ්‍යක්ෂතුමා/ තුමිය විසින් අනුමත කිරීමෙන් පසු ක්‍රියාත්මක කළ හැකි ය. සන්නිවේදනය විෂයය හදාරන සිසු සිසුවියන්ට සිය කාර්යාලය තුළ වැඩ හුරු වීමේ අවකාශය ලබා දීම සඳහා කාර්යාල ප්‍රධානියාගේ එකඟත්වය ලිඛිත ව ලබා ගත යුතු ය.

මෙම වැඩසටහන තුළින් අරමුණු දෙකක් ඉටු කර ගැනීමට අපේක්ෂිත ය. එකක් නම් සිසු සිසුවියන්ට මාධ්‍ය වැඩ ලෝකය පිළිබඳ අත්දැකීමක් ලබා ගැනීමට අවකාශ සලසා දීම ය. දෙවැන්න නම් කාර්යාලයක් තුළ සන්නිවේදනය භාවිත වන ආකාරයත්, ඒ සඳහා විවිධ මාධ්‍ය උපකරණ භාවිත කරන ආකාරයත් පිළිබඳ සක්‍රීය අත්දැකීමක් ලබා ගැනීමට අවකාශ සැලසීම ය.

2. සැලසුම් කිරීම

- සිසු සිසුවියන් හා දෙමාපියන් දැනුවත් කිරීම
- සිසු සිසුවියන්ගේ හා දෙමාපියන්ගේ කැමැත්ත ලිඛිත ව ඉදිරිපත් කිරීම
- කාර්යාල ප්‍රධානියාගේ එකඟත්වය ලිඛිත ව ලබා ගැනීම
- සිසු සිසුවියන් කාර්යාලයට උදය ගෙන යාමේ හා සවස භාර ගැනීමේ වගකීම දෙමාපියන් විසින් භාර ගැනීම

3. ක්‍රියාත්මක කිරීම

කාර්යාලයේ ඒ ඒ අංශවලට සිසු සිසුවියන් යෙදවීමට කාර්යාල ප්‍රධානියා විසින් සකස් කරනු ලබන සැලැස්මට අනුව ඒ ඒ අංශවල වැඩ හුරුව ලබා ගත හැකි ය. දෛනික ව තමන් යෙදෙන කාර්යය පිළිබඳව හා තමන්ගේ දෛනික අත්දැකීම් පිළිබඳවත් වාර්තාවක් සිසු සහභාගිකයන් විසින් තබා ගැනීම අවශ්‍ය ය.

4. අත්දැකීම් ඉදිරිපත් කිරීම:

වැඩසටහන අවසානයේ කාර්යාලයේ දී පැවැත්වෙන අවසාන රැස්වීමේ දී ද, ඉන් පසු ව පාසලේ දී විදුහල්පතිතුමාට/ තුමියට ද මාධ්‍ය සමාජ රැස්වීමේ දී ද තමන්ගේ අත්දැකීම් සහභාගිකයන් විසින් ඉදිරිපත් කළ යුතු ය. එසේ ම තම තමන්ගේ වාර්තාවල පිටපතක් බැගින් පුස්තකාලයේ තැන්පත් කිරීම ද අවශ්‍ය ය.

උප ග්‍රන්ථය 8

මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දිනය වැඩසටහන

1. **හැඳින්වීම:** නූතන සමාජයෙහි මාධ්‍ය භාවිතය ඉතා පුළුල් මට්ටමකට ළඟා වී ඇත. එය වැළැක්විය හැක්කක් නොවේ. එය පාලනය කළ හැක්කක් ද නො වේ. එබැවින් කළ හැකි එක ම දෙය නම්, මාධ්‍ය ග්‍රාහකයන් තුළ විචාරශීලී චින්තනයක් ඇති කිරීමයි. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දින වැඩසටහනක අරමුණ වන්නේ, මේ ආකාරයෙන් මාධ්‍ය නිවැරදි ව තේරුම් ගන්නට හා ඒ අනුව තමන්ගේ මාධ්‍ය පරිහරණය ගලපා ගන්නට අවශ්‍ය චින්තනමය නිපුණතා පාසල් සිසු දරු දැරියන් වෙත ලබා දීමයි. එය වර්තමාන අධ්‍යාපන ක්‍රමය තුළ බලවත් අවශ්‍යතාවයක් බවට පත් වී ඇත. එබැවින් ළමා හා තරුණ පරම්පරාව තුළ මාධ්‍ය සාක්ෂරතාව ගොඩ නැංවීම හා සංවර්ධනය කිරීම සඳහා ගත හැකි සෑම ක්‍රියා මාර්ගයක් ම ගැනීම අත්‍යවශ්‍ය ය.

2. **කාර්යයන්:** පාසල් මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දින වැඩසටහන යටතේ කාර්යයන් නිශ්චය කිරීම පුළුල් පරාසයක් තුළ කළ හැකි ය. ආදර්ශ කාර්යයන් කිහිපයක් පහත දැක්වේ.
   - මාධ්‍යය භාවිතය පිළිබඳ විවේචනාත්මක දේශන පැවැත්වීම
   - මාධ්‍යයේ බලපෑම පිළිබඳ විවාද හෝ කථික තරග පැවැත්වීම
   - මාධ්‍යයේ අවභාවිතාව දැක්වෙන පරිදි භූමිකා රංගන/කෙටි නාට්‍ය ඉදිරිපත් කිරීම
   - මාධ්‍යයේ පිළිබඳ විවේචනාත්මක පෝස්ටර්/චිත්‍ර නිර්මාණය හා ප්‍රදර්ශනය
   - සුභාවිත ගීත රස විඳීමේ වැඩසටහනක් පැවැත්වීම
   - මාධ්‍ය පිළිබඳ සාකච්ඡාවක් හෝ සම්මන්ත්‍රණයක් පැවැත්වීම

3. **සංවිධානය:** මෙය පාසල තුළ සංවිධානය කළ යුත්තකි. එහි දී පාසලේ අවකාශය පරිදි පන්ති කිහිපයක් තෝරා ගැනීම වුව ද කළ හැකි ය. එසේ ම මේ සඳහා අවට පාසල්වලින් ද සහභාගි කරවා ගත හැකි ය. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දිනයේ ප්‍රතිලාභ මුළු පාසලට ම ලබා ගත හැකි පරිදි සංවිධානය කිරීම වඩාත් යෝග්‍ය ය. සමහර විට මෙම වැඩසටහන එක් දිනයකට වඩා පැතිරී යන්නට පුළුවන. උදාහරණයක් වශයෙන් චිත්‍ර හෝ පෝස්ටර් ප්‍රදර්ශනය දින කිහිපයක් හෝ සතිය පුරා හෝ පැවැත්විය හැකි ය. මාධ්‍ය සාක්ෂරතා දින වැඩසටහන සංවිධානය කිරීමේ දී එය සාමූහික කාර්යයක් ලෙස පැවතීම වඩාත් යෝග්‍ය ය. එයට නිශ්චිත සැලැස්මක් ලබා දිය නොහැකි අතර, විවිධ කාර්යයන් නිශ්චය කර ගෙන සංවිධානය කළ හැකි ය.

උප ග්‍රන්ථය 9

උදා ගුවන් විදුලි විකාශය

1. හැඳින්වීම

පාසලේ ඇමතුම් පද්ධතිය මගින් පාසල තුළ පවත්වා ගෙන යනු ලබන ගුවන් විදුලි සේවය මෙයින් අදහස් වේ. යම් පාසලක මේ සඳහා විශේෂිත උපකරණ තිබෙන්නට පුළුවන. එසේ වුවත් අවම උපකරණ පහසුකම් යටතේ වුව ද පාසල් උදා ගුවන්විදුලි විකාශයක් පවත්වා ගෙන යන්නට පුළුවන. මේ සඳහා අවශ්‍ය වන්නේ නිර්මාණශීලී භාවයයි.

උදා ගුවන් විදුලි සේවය මාධ්‍ය සමාජයේ එක් ක්‍රියාකාරකමකි. එය ව්‍යාපෘති කිහිපයකට ම සම්බන්ධ වේ. එහෙත් ප්‍රජා සන්නිවේදන ව්‍යාපෘතිය යටතේ මෙය පවත්වා ගෙන යා හැකි ය. දිනපතා උදය පාසල ආරම්භ කරන්නට පෙර පැය භාගයක කාලයක් උදා ගුවන් විදුලි සේවය පවත්වා ගෙන යා හැකි ය. මෙය සඟරාමය වැඩසටහනක් ලෙස සම්පාදනය කළ යුතු ය. ගුවන්විදුලි සඟරාමය වැඩසටහනක් සම්පාදනය කිරීම හා ඉදිරිපත් කිරීම පිළිබඳ ව පූර්ව පුහුණුවක් ලබා ගැනීම මගින් මෙහි නිර්මාණශීලීභාවය වැඩි කර ගත හැකි ය.

2. සංවිධානය හා ක්‍රියාත්මක කිරීමː

1. සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයය හදාරන සිසු දරු දැරියන් සියලු දෙනා ම උදා ගුවන් විදුලි විකාශයේ සාමාජිකයෝ ය.
2. එක් එක් දිනය සඳහා නිෂ්පාදක, නිවේදක, පිටපත් රචක, වාර්තාකරුවන්, තාක්ෂණික ශිල්පීන් ආදි වශයෙන් කණ්ඩායමක් සිටිය යුතු ය. එසේ ම එක් එක් දිනය භාර ව එක් ගුරුතුමකු /ගුරුතුමියක සිටීම මගින් කාර්යය වඩාත් පහසු වේ.
3. එක් කණ්ඩායමකට පස් දෙනකු පමණ සෑහේ. ඒ අනුව කණ්ඩායම් බෙදා දෛනික විකාශය ඒ ඒ කණ්ඩායම්වලට භාර දිය හැකි ය.
4. ඒ ඒ දිනයේ වැඩසටහන පිළිබඳ සැලැස්ම කණ්ඩායම තුළ සාකච්ඡා කර, ලිඛිත ව ඉදිරිපත් කර අනුමැතිය ලබා ගත යුතුය.
5. උදා ගුවන්විදුලි විකාශයට අදාළ ව සටහන් පොතක් තිබිය යුතු අතර, ඒ ඒ දිනයේ විකාශය ආරම්භ කිරීමට පෙර දින, ඒ පිළිබඳ විස්තර එම සටහන් පොතට ඇතුළත් කර, ගුරුතුමා/ගුරුතුමියගේ ලබා ගත යුතු ය.
6. පන්ති මට්ටමින් වාර්තා කරුවන් පත් කර ගැනීමෙන් පාසල තුළ විවිධ තොරතුරු රැස් කර ගත හැකි ය. එසේ ම පාසලේ ප්‍රධාන තොරතුරු ද විදුහල්පතිතුමාගේ/තුමියගේ අනුමැතියෙන් ලබා ගෙන ප්‍රවෘත්තිවලට ඇතුළත් කළ හැකි ය.
7. පාසලේ සිසු සිසුවියන්ගේ නිර්මාණ ඉදිරිපත් කිරීමේ දී සෑම කෙනකුට ම ඒ සඳහා ඉඩ කඩ ලබා දීම යෝග්‍ය ය.

උප ග්‍රන්ථය 10

බිත්ති පුවත්පත

1. **හැඳින්වීම**

බිත්ති පුවත්පතක් යනු බිත්තියේ රඳවා තබන පුවත්පතකි. එය කියවන්නේ පුවත්පතට මීටර භාගයක් තරම දුරින් සිට ය. එසේ ම බිත්ති පුවත්පත අසළින් යන එන ගමන් වුව ද එහි ඇති දේ පහසුවෙන් කියවා ගත හැකි විය යුතු ය. පුවත්පතක පිටුවක ආකෘතියක් බෝඩ් එකක ප්‍රතිනිර්මාණය කිරීම මෙහි දී සිදු වේ. එය බෝඩ් එකක නිර්මාණ එල්ලා තබන නිර්මාණ පුවරුවක් නොවේ. බ්‍රිස්ටල් බෝඩ් එකක හෝ දෙකක හෝ බොක්ස් බෝඩ් එකක හෝ දෙකක හෝ බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය කළ හැකි ය. බෝඩ් ගණන වැඩි වන විට එය නිර්මාණය කිරීමේ කාර්යය දෙගුණයක් වේ. බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය කිරීම මගින් සන්නිවේදනය හා මාධ්‍ය අධ්‍යයනය විෂයයට අදාළ විවිධ නිපුණතා පෝෂණය වේ.

2. **බිත්ති පුවත්පතක මූලික ලක්ෂණ:**

- බෝඩ් එකේ ලිවීමෙන් හා අවශ්‍ය අවස්ථාවල ඡායාරූප හෝ චිත්‍ර ආදිය ඇලවීමෙන් බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය කරනු ලැබේ.
- එහි අකුරු සාමාන්‍ය ප්‍රමාණයට වඩා ලොකු විය යුතු ය.
- ලිපි, කවි, කෙටිකතා, විශේෂාංග, ප්‍රවෘත්ති ආදිය කෙටි විය යුතු ය.
- හොඳින් පෙනෙන, ඇහැට ප්‍රිය මනාප, තද වර්ණ භාවිත කළ යුතු ය.
- බිත්ති පුවත්පත සමස්තයක් ලෙස ආකර්ශනීය විය යුතු ය.

3. **බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය:**

1. පුවත්පත නිර්මාණය සඳහා ඉදිරිපත් වන සිසු සිසුවියන් කණ්ඩායම්වලට බෙදන්න.
2. එක් කණ්ඩායමකට එක් බිත්ති පුවත්පත් කලාපයක් බැගින් භාර දෙන්න.
3. කණ්ඩායම් හතරක් ඇත්නම්, මාසයකට කලාප හතරක් ද, අටක් ඇත්නම් මාසයකට කලාප අටක් ද නිර්මාණය කර ප්‍රකාශ කළ හැකි ය. මේ නිසා සෑම කණ්ඩායමකටම බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය කිරීම පහසු කාර්යයක් බවට පත් වේ.
4. කණ්ඩායම් කිහිපයක් බිත්ති පුවත්පත නිර්මාණය කළත්, එහි නම එකක් විය යුතු ය. වෙනස් විය යුත්තේ කලාප අංකය පමණි.
5. බිත්ති පුවත් පතේ අන්තර්ගතය අනිවාර්යයෙන් ම විෂය භාර ගුරුතුමා/ගුරුතුමියගේ අනුමැතියට යටත් විය යුතු ය. පාසල් සංස්කෘතියට අදාළ නොවන කිසිවක් එහි ඇතුළත් නොකිරීමට සංස්කාරක මණ්ඩලය වග බලා ගත යුතු ය.
6. බිත්ති පුවත්පත ප්‍රදර්ශනය සඳහා පාසල තුළ ස්ථිර හා ආරක්ෂා සහිත ස්ථානයක් සකසා ගත යුතු ය.
7. සෑම සඳුදා ම උදය බිත්ති පුවත්පතේ නව කලාපයක් ප්‍රදර්ශනය කිරීමට හැකි ආකාරයෙන් මෙම කටයුතු සංවිධානය කර ගත යුතු ය.

උප ග්‍රන්ථය: 11

ගෘහ පුස්තකාලය

1. හැඳින්වීම

පොත්, සඟරා හා පුවත්පත් කියවීම බාල කාලයේ සිට ම වගා කර ගත යුතු පුරුද්දකි. පාසල් හා මහජන පුස්තකාලවලින් පොත් රැගෙන කියවන අතර ම, තමන්ගේ ම පුස්තකාලයක් නිවසේ ගොඩ නංවා ගැනීම අනාගතයට ඉතා ප්‍රයෝජනවත් ය. මෙයින් අදහස් වන්නේ, වෙන ම පුස්තකාල කාමරයක් පවත්වා ගෙන යාම හෝ වෙන ම රාක්කයක පොත් තබා ගැනීම ම නො වේ. මෙහි දී වඩාත් වැදගත් වන්නේ තමන්ගේ ම පොත්, සඟරා හා පුවත්පත් එකතුවක් ක්‍රමානුකූල ව නිවසේ රැස් කර ගැනීම ය. එය කෙනකුට තමන්ගේ ජීවිත කාලය පුරා ප්‍රයෝජනයට ගත හැකි ය. තමන්ට පමණක් නොව, නිවසේ අනෙක් අයට ද, මිතුරු මිතුරියන්ට ද එයින් ප්‍රයෝජනයක් ගත හැකි ය. එසේ ම එකිනෙකා අතර පොත් හුවමාරු කර ගන්නට ද එයින් අවකාශ සැලසේ

ගෘහ පුස්තකාල ලාංඡනය

2. පොත් අරමුදලක් ගොඩ නැඟීම

තමන්ගේ එදිනෙදා වියදමට ලැබෙන මුදලකින් හෝ ගෘහාශ්‍රිත ව ලැබෙන අතිරේක ආදායමකින් කොටසක් හෝ කැටයක ඉතිරි කර ගත හැකි ය. එසේ ම පොත් මිල දී ගැනීම සඳහා ම දෙමාපියන්ගෙන් සුළු මුදලක් ඉල්ලා ගත හැකි ය. මේ ආකාරයෙන් ටිකෙන් ටික සුළු අරමුදලක් ගොඩ නගා ගෙන පොත් මිල දී ගැනීමට සූදානම් විය හැකි ය.

3. පොත් මිල දී ගැනීම

සාමාන්‍යයෙන් වර්ෂයේ අග භාගයේ දී සාහිත්‍ය හා කියවීම් මාසය තුළ අඩු මිලට පොත් ගැනීමේ අවකාශය සැලසේ. සමහර පොත් පරණ වන විට මිල අඩු කර අලෙවි කරනු ලබයි. පොත පරණ වූවාට එහි අන්තර්ගතය හැම විට ම පරණ වන්නේ නැත. සමහර විට පාසල්වල ද පොත් ප්‍රදර්ශන පවත්වනු ලැබේ. එවැනි අවස්ථාවල තමන්ට අවශ්‍ය පොත් මිල දී ගත හැකි ය.

4. පොත් ලේඛනගත කිරීම

තමන් සතු පොත් ලේඛනයක සටහන් කර තබා ගැනීම ඉතා ප්‍රයෝජනවත් ය. අන්‍යයන්ට පොතක් දීමේ දී එය ද සටහන් කර ගත යුතු ය. කෙනකුට පොතක් දුන් විට එතරම් කල් නොයවා එය ආපසු ලබා ගත යුතු ය. ඔබ ද අන් අයෙකුගේ පොතක් ඉල්ලා ගත්තේ නම් නොපමා ව එය ආපසු දිය යුතු ය.

පාරිභාෂික පද

සන්නිවේදකයා	Communicator
සන්නිවේදනය	Communication
ප්‍රජාව	Community
ග්‍රාහකයා	Receiver
බලපෑම	Effect
ඝෝෂා / බාධක	Noise
ප්‍රතික්‍රියා /	Reaction
ප්‍රතිපෝෂණය	Feed-back
උත්තේජනය / ප්‍රබෝධකය	Stimulus
සිතුවිලි	Thoughts
හැඟීම්	Feelings
චර්යාව	Behaviour
අන්තර්වර්තී පුද්ගල	Intra-personal
ද්විපුද්ගල	Two persons
යුගල	Dyadic
සමූහ	Group
කණ්ඩායම	Team
ජන	Mass
මාධ්‍ය (බහුවචන)	Media
මාධ්‍යය (ඒකවචන)	Medium
සංජානනය	Perception
දොරටුපාලක	Gate-keeper
අරමුණු	Objectives
කාර්යය	Duty
වගකීම්	Responsibility
තොරතුරු	Information
ප්‍රවෘත්ති	News
දත්ත	Data
අධ්‍යාපනය	Education
විනෝදාස්වාදය	Entertainment
පෙලඹවීම	Persuasion
සමාජානුයෝජනය	Socialization
සංවාද හා සාකච්ඡා	Debate and Discussion
සංස්කෘතික ප්‍රගමනය	Cultural Promotion
සමාජ ඒකාබද්ධතාව	Social Integration
කේන්ද්‍රාභිසාරී	Convergence
වාචික සන්නිවේදනය	Verbal Communication
අවාචික සන්නිවේදනය	Non-Verbal Communication
කථන සන්නිවේදනය	Speech Communication

මුඛීය සන්නිවේදනය	Oral Communication
සහෘද දුර	Intimate Distance
පෞද්ගලික දුර	Personal Distance
සාමාජීය දුර	Social Distance
පොදු දුර	Public Distance
ලිඛිත සන්නිවේදනය	Written Communication
ශාස්ත්‍රීය ලේඛනය	Academic Writing
නිර්මාණාත්මක ලේඛන	Creative Writing
ඉහළ සිට පහළට සන්නිවේදනය	Down-ward Communication
පහළ සිට ඉහළට සන්නිවේදනය	Up-ward Communication
හරස් සන්නිවේදනය	Horizontal Communication
ඕපාදූප	Gossip
සන්නිවේදන ස්වරූප	Forms of Communication
දින මුද්‍රා යන්ත්‍රය	Date Stamp Machine
නිල මුද්‍රාව	Official Stamp
ගණක යන්ත්‍ර	Calculating Machine
පරිගණකය	Computer
ඡායා පිටපත් යන්ත්‍රය	Photo Copy Machine
මුදල් සටහන් යන්ත්‍රය	Cash Registering Machine
තැපැල් මුද්‍රා යන්ත්‍රය	Postal Stamp Machine
මුදල් ගණින යන්ත්‍රය	Teller Machine
දුරකථනය	Telephone
ෆැක්ස් යන්ත්‍රය	Fax Machine
විද්‍යුත් කැඳවනය	Pager
විද්‍යුත් තැපෑල	E Mail
වෙබ් අඩවි	Web Site
විද්‍යුත් පිරික්සුම් උපකරණ	Electronic Searching Equipment
සංවෘත රූපවාහිනී පද්ධති	Close Circuit Tele Vision - CCTV
අන්තර්ජාලය	Internet
කළුලෑල්ල	Black Board
සුදු ලෑල්ල	White Board
කාන්දම් ලෑල්ල	Magnetic Board
පත්‍රිකා ලෑල්ල	Bulletin Board
පිටු පෙරළන ලෑල්ල	Flip Chart Board
ප්‍රතිශීර්ෂ ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය	Over Head Projector - OHP
කදා ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය	Slide Projector
බහු මාධ්‍ය ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය	Multi Media Projector
ක්ෂණික ප්‍රක්ෂේපණ යන්ත්‍රය	Visual Processor
පුවත්පත් මාධ්‍යවේදය	Newspaper Journalism
පුවත්පත් මාධ්‍යවේදියා	Newspaper Journalist
මාධ්‍යවේදියා	Journalist

මාධ්‍යකරු	Media Person
විද්‍යුත් මාධ්‍ය	Electronic Media
මුද්‍රිත මාධ්‍ය	Printing Media
හිමිකාරත්වය	Ownership
සංස්කරණය කිරීම	Editing
සංස්කරණය	Edition
සංස්කාරක	Editor
කාලීන ප්‍රවෘත්ති	Current News
විශේෂාංග	Features
වැඩසටහන් ඒකකය	Programme Unit
ප්‍රතිපත්තිය	Policy
බලපෑම	Influence
අභ්‍යන්තර ව්‍යුහය	Internal Structure
සංවිධාන ව්‍යුහය	Organizational Structure
ප්‍රධාන විධායක නිලධාරි	Chief Executive Officer
සාමාන්‍යාධිකාරි	General Manager
කළමනාකාර අධ්‍යක්ෂ	Managing Director
අධ්‍යක්ෂ ජනරාල්	Director General
තාක්ෂණික ශිල්පී	Technician
නිවේදක	Announcer
ඉදිරිපත් කරන්නා	Presenter
මාණ්ඩලික වාර්තාකරු	Staff Reporter
මාණ්ඩලික ලේඛක	Staff Writer
නිදහස් මාධ්‍යවේදී	Freelance Journalist
නියෝජනය	Representation
පවුල	Family
ස්ත්‍රී - පුරුෂ සමාජ භාවය	Gender
ජාතිකත්වය	Nationality
වාර්ගිකත්වය	Ethnicity/ Racial
පුරවැසිභාවය	Citizenship
මානව හිමිකම්	Human Rights
මානව වගකීම්	Human Responsibilities
වැඩ ලෝකය	World of Work
වෘත්තිය	Career/ Profession
රැකියාව	Job
වෙළෙඳ පොළ	Market
සංවර්ධනාත්මක	Developmental
ආගමික	Religious
සදාචාරාත්මක	Moral
සාරධර්ම/ වටිනාකම්	Values
සමාජ ප්‍රතිරූප	Social Image

ගැටුම	Conflict
සාමය	Peace
මානව සාරධර්ම	Human Values
නිර්මාණාත්මක චින්තනය	Creative Thinking
විනෝදාත්මක කාර්ය	Entertaining Tasks
සෞන්දර්යය	Aesthetic
සමාජ විඥානය	Social Consciousness
ආතතිය	Tension
මතකපත	Memory card
ගොනු ආකෘති	File format
ඡායාරූප ශිල්පය	Photography
නිශ්චල ඡායාරූපකරණය	Still Photography
ශ්‍රමායික	Manual
ස්වයංක්‍රීය	Automatic
අංකිත ඡායාරූපකරණය	Digital Photography
රූප සංරචනය	Composition
ඡායාරූපික පුවත්පත් කලාව	Photo Journalism
සේයා පටලය/ පටල පටය	Film
තනි කාච ප්‍රතිඡායා කැමරා	Single Lens Reflex camera
ද්විත්ව කාච ප්‍රතිඡායා කැමරා	Twin Lens Reflex camera
පටල වේගය	Film speed
විභේදනය/ ගහණතාව	Resolution
රූප අංශු / රූප මාත්‍රා	Pixel
ඡායා චිත්‍රය / ආලෝකයෙන් ඇඳීම	Heliography
සංයුක්ත කැමරා	Compact camera
කැමරා කෝණය	Camera angle
උඩු කොණය	High angle
යටි කෝණය	Low angle
ස්වර්ණමය නීතිය	Golden rule
පර්යාලෝකය	Perspective
කාච විවරය	Aperture
කැමරා ද්වාරය	Shutter
ක්ෂේත්‍ර ගැඹුර	Depth of field
විද්‍යුත් ක්ෂණිකාලෝක එල්ලය	Electronic Flash Gun
කාචය	Lens
පෙරනය	Filter
ත්‍රිපාදය	Tripod
ඒක පාදය	Monopod
පැහැඅන්තරය	Contrast